

У сучасному світі все більше зростає інформаційна роль бібліотеки, а це створює необхідність формування нових методів організації інформаційного простору на базі комп'ютерних технологій. Все частіше працівники бібліотек зустрічаються з новими термінами. Це пов'язано з впровадженням новітніх технологій у роботу книгозбірень, коли нововведення стають звичайною нормою діяльності бібліотеки. Працівникам доводиться самостійно вивчати нові терміни і поняття, адже за допомогою комп'ютерів вони зможуть полегшити свою роботу. У цьому розділі ви знайдете пояснення і нових, і вже відомих вам термінів.

**Book Slam** - своєрідне книжкове змагання (від англ. Book – книга, Slam - виштовхування, витіснення). В бібліотечному контексті Book Slam- змагання на кращу рекламну кампанію по просуванню обраної книги, можливо з елементами музичної театралізації. Учасники діляться на кілька команд, кожна з яких повинна найкращим чином розрекламувати книгу. Доповідачі або бук-слемери в цікавій формі, лише за 3 хвилини повинні представити слухачам вибрану книгу таким чином, щоб саме його книга привернула увагу і набрала найбільшу кількість балів.

Після кожної презентації журі та / або публіка оцінює книгу з різних аспектів (як у фігурному катанні) за десятибальною шкалою. При підведенні підсумків підраховуються загальні бали і вручаються призи. Наприкінці заходу всі «книги-учасниці» виставляються на стенді і публіці надається можливість познайомитися з ними ближче.

**Айстопери** (eye stoper — дослівно „той, що зупиняє очі”) – назва, що використовується в рекламі, покликана привертати увагу людей до об'яви. Наприклад, найсильніший „айстопер” – це колір, особливо яскравий, адже саме колір предмета людське око розрізняє швидше за все. Також використовуються різноманітні нестандартні і смішні зображення тварин, людей. Такий прийом використовується в бібліотеках для оформлення книжкових виставок.

**Банер** – вид рекламного носія в мережі Інтернет, зображення, як правило, рекламного змісту, при натисканні на яке відкривається вебсторінка з більш докладним описом рекламованої акції, товару або послуги. Стандартними розмірами банерів вважаються 468x60, 100x100, 420x200, 234x60. Банери бувають статичними (gif або jpeg картинки) і динамічними (flash-банери).

**Бібліометрія** — використання математичних та статистичних методів вивчення потоків наукових документів (книг, періодичних видань, та ін.) з метою виявлення тенденцій розвитку предметних галузей, особливостей авторства і взаємного впливу публікацій. Бібліометрія зародилася в 60-і роки; пов'язана вона з кількісним аналізом документальних потоків. Термін «бібліометрія» ввів в 1969 році англійський вчений Алан Прічард. Вся бібліометрія побудована на аналізі даних про публікації — бібліографічних даних. Об'єктами вивчення при бібліометричному аналізі науки є публікації, згруповані за різними ознаками: авторами, журналами, тематичними рубриками, країнами та ін.

**Бібліотерапія** – використання спеціально підібраних книг в якості допоміжного лікувального засобу в медицині і психології; лікувальний вплив на психіку хворої людини за допомогою книги; перспективний напрям діяльності бібліотек, що займаються вивченням впливу спеціально підібраної літератури на стан здоров'я хворої людини.

**Бібліотечний вебсервер** – це самостійний сервер (комп'ютер), який повністю розрахований тільки під бібліотеку та її електронні ресурси (послуги та продукти).

**Бібліотечний вебсайт** – „місце” (переклад з англ. мови слова „site”), тобто місце для електронної бібліотеки, представленої в Інтернеті на якомусь загальному сервері (установи, організації тощо), з ресурсами чи без них.

**Бібліотечна вебсторінка** – означає сторінку або рубрику бібліотечного веб-серверу або вебсайту.

**Бібліотечний маркетинг** – загальна концепція управління бібліотекою, за якої вся її діяльність спрямована на послідовне задоволення існуючих і майбутніх запитів, потреб і

очікувань користувачів і, тим самим, на реалізацію функцій і завдань бібліотеки.

**Бібліотечний мерчандайзинг** – система заходів, спрямована на те, щоб полегшити читачам вибір книг, і включає зовнішній вигляд (вивіска, вітрини), планування, зонування приміщення всередині, розташування книг на полицях (виставки)

**Біндер** – спеціальна модель машини для виробництва малих та середніх тиражів поліграфічної продукції, підходить для виробництва календарів і блокнотів. Дозволяє робити палітурку на нестандартні формати, „часткову палітурку”, а також полегшує завдання для виробництва настінних календарів.

**Брифінг** ( [англ. briefing](#))– коротка нарада представників [засобів масової інформації](#) , на якій подається погоджена сторонами-учасниками переговорів, засідань, конференцій інформація про їх хід, погляди сторін тощо.

**Бук-трейлер** - один із способів реклами книги у вигляді мікрофільму, де використовуються флеш, відео, фото і анімація.

**Букблог/буктуб** (від англ. book – книга, tube – канал) – персональний літературний онлайн-відеоканал. По суті – це відеоогляди книг. Відеоогляди можуть бути індивідуальними (ведучий – одна людина), або колективними (кілька людей). Ведучих таких букблогів чи буктубів називають буктуберами.

**Вебінар** - це «віртуальний» семінар, організований за допомогою Інтернет-технологій в режимі реального часу.

Вебінару властива головна ознака семінару - інтерактивність. Інакше кажучи, ви робите доповідь, слухачі задають питання, а ви відповідаєте на них.

Зареєструвавшись учасники вебінару в призначений час повинні клікнути на надіслане організаторами посилання і підключитися до відповідного сайту. У навушниках ми чуємо голос ведучого, слайди його презентації у нас перед очима і ведучий перегортає їх в міру необхідності. Можливість задавати питання представлена у чаті. На Вебінарі, як і на звичайному семінарі, є можливість взаємодіяти з ведучим, тобто виконувати його

завдання, відповідати на його запитання і задавати свої.

Після завершення заходу залишається запис, який теж можна використовувати з метою навчання.

**Вебсайт бібліотеки** – презентація образу бібліотеки в інформаційному просторі. На сьогодні це невід’ємна частина сучасної бібліотеки.

**Гаджет** (gadget) - з англійської перекладається, як "портативне технічне пристосування, що володіє функціональністю в певній галузі". Схоже поняттям з гаджетом визначення "Гаджет" - це функціональний пристрій, який виконує певні функції.

Гаджети

Гаджети

Гаджети

Гаджети

Гаджети

Гаджети

Гаджети визначення "Гаджет"

Гаджети

Гаджети. Різниця між ними в тому, що у гаджета немає рухомих частин, а у Гаджетах

Гаджети

Гаджети - це. Наприклад, наручні механічні годинники - це Гаджети

Гаджети

Гаджети, а електронні - гаджет. Цифрові фотоапарати, к

Гаджети

Гаджети, мобільні телефони, GPS-навігатори, MP3-плеєри, флешки - це

Гаджети

Гаджети для нас

Гаджети

Останнім часом поняття "гаджети" істотно розширилося. Ними стали називати не тільки маленькі цифрові пристрої, але й різні програмні продукти, що розширюють функціональні можливості будь-якого софту. Вони називаються віджетами. Це маленькі додатки, які вбудовуються в браузер або бічну панель операційної системи. Особливою популярністю віджети стали користуватися після виходу Windows Vista, і наступної за нею Windows 7. Найбільші пошуковики, соціальні сервіси, торговельні брокери також пропонують своїм користувачам завантажити гаджети для мобільних пристроїв. Це можуть бути всілякі індикатори, годинники, калькулятори, перекладачі, прогноз погоди та ін.

**Грант** (англ.- дарунок, пожертва) – одноразова цільова виплата фізичним і юридичним особам грошової суми або дарування обладнання, приміщення від громадян чи юридичних осіб (фондів, організацій, державних установ) в т.ч. і іноземних для реалізації певних проектів в галузі науки, медицини, освіти, культури і т.п.

**Дезлексія** – неможливість сприйняття друкованого тексту.

**Електронне видання** – це видання фізичної форми існування тиражу, розповсюдження якого є електронні носії інформації, дискети тощо, що являє собою еквівалент традиційного видання або будь-який додаток до нього або реалізацію авторського твору за допомогою комп'ютерних технологій, що поєднує інформацію різних видів у рамках єдиної мультимедійної форми.

**Електронне видання** – це сукупність графічної, текстової, цифрової, мовної, музичної, відео-, фото- та іншої інформації, а також друкованої документації користувача. Електронне видання може бути виконане на будь-якому електронному носії – магнітному (магнітна стрічка, магнітний диск і ін.), оптичному (CD-ROM, DVD, CD-R, CD-I, CD+ і ін.), а також опубліковане в електронній комп'ютерній мережі. Поняття "електронні видання" містить у собі тексти книг, журналів і газет, розповсюджені в будь-якому текстовому або іншому форматі, наприклад у гіпертекстовому (HTML) або одному з форматів архівації (ZIP, ARJ, RAR, WINZIP тощо).

**Імідж бібліотеки** – система стійких, соціально значущих уявлень населення про бібліотеку. Рекламні методи направлені на формування позитивного іміджу, тобто сприятливого сприйняття її діяльності.

**Інформаційна культура** – система знань і навичок відповідно формулювати потребу в інформації, здійснювати пошук необхідної інформації в традиційному і автоматизованому режимі в усій сукупності інформаційних ресурсів, вміння відбирати, оцінювати, зберігати і створювати якісно нову. Безпосереднє відношення до формування інформаційної культури суспільства мають засоби масової інформації. Важливе місце в цьому процесі посідають бібліотеки, бо саме вони формують інформаційне середовище. Без глибокого і різнобічного оволодіння обсягами і потоками інформації, які весь час зростають, соціальний розвиток суспільства неможливий. Саме цим визначається роль і значення інформаційної культури, діяльність бібліотек у цьому напрямку.

**Коворкінг** (від англ. Co working - спільна робота), це модна схема організації робочого процесу, при якій в одному робочому просторі відбуваються різні, не завжди схожі види діяльності. Коворкінгом також називається і саме приміщення (офіс, кафе, бібліотека і т. п.), де відбувається подібна робота.

**Комп'ютерна грамотність** – це знання, вміння і навички в області інформатики, необхідні кожній людині для ефективного використання в своїй діяльності комп'ютерних технологій. В процесі оволодіння комп'ютерною грамотністю формується вміння використовувати комп'ютер при написанні і редагуванні текстів, пошуку інформації, а також складати прості програми, алгоритми розв'язання задач.

**Ламінування** – один з етапів остаточної обробки повноколірного або ч/б зображення. Процес покриття спеціальною прозорою плівкою (вона може бути як матова, так і глянцева, а також відрізнятися по товщині) поліграфічної продукції з метою її захисту від негативного впливу зовнішніх факторів, таких як підвищена вологість, вогкість, різного роду забруднення і т. п., а також для збільшення механічної міцності продукції, її більшої витривалості. Крім того, ламінування не погіршує якість зображення, а навіть навпаки - при ламінації підвищується контрастність і насиченість фарб і за рахунок цього ефекту продукція виглядає значно привабливішою.

**Лонгрид** (від англ. long – довгий, read – читати) – довге читання, сучасний жанр у журналістиці, принципово новий спосіб подачі тексту в Інтернеті. Лонгрид – це не суцільний масив тексту, а цілий комплекс, що складається з тексту, розбавленого відеороликами, інфографікою, презентацією, фоновою музикою, ілюстраціями (в тому числі інтерактивними), зсилками, цитатами тощо. В такому матеріалі важлива цілісність його сприйняття, гармонійне поєднання всіх його елементів, яке дозволяє читачеві повністю «зануритись» в читання. Другою відмінністю лонгридів є подача матеріалу з незвичної точки зору, або ж глибоке опрацювання питання, аналіз.

**Медіа-центр** (від англ. media – посередник, носій, засіб) – це новий структурний підрозділ бібліотеки, в якому зосереджено зібрання документів на різних носіях інформації (книги, періодика, аудіо і відео касети, CD та DVD, ресурси Інтернету) з відповідною технічною базою, формами роботи з користувачами.

**Медіатека** – це колекція нових сучасних носіїв інформації, організований доступ до світових інформаційних ресурсів Інтернет, комфортне середовище, що сприяє розвитку самопізнання та допитливості.

**Моніторинг** – система збору інформації, що здійснюється на основі стандартного набору показників з допомогою стандартних процедур, і оцінку ситуацій та об'єктів також у стандартній формі.

**Бібліотечний моніторинг** – дозволяє безперервно вести спостереження за фактичним станом справ у бібліотечній сфері з метою своєчасного виявлення і систематичного аналізу змін, що відбуваються в ній, попередження негативних тенденцій.

**Моніторинг дитячого читання** – передбачає збір, обробку, передачу, збереження та аналіз інформації про стан читання, прогнозування його змін і розробку науково обґрунтованих рекомендацій щодо корекції організації читання та його подальшого удосконалення.

**Нетикет** (неологізм, є злиттям слів "мережа" (*англ.* net) і "етикет") - правила поведінки, спілкування в Мережі, традиції і культура Інтернет-співтовариства, яких дотримується більшість.

**Превентивне виховання** – ( від латин. „превентивний” – попереджуючий) виховання дітей з метою попередження правопорушень, нещасних випадків і т.п.

**Проект** – це запланований і контрольований процес, який повинен привести до позитивного результату і створити новий рівень якості. Досягнуті завдяки проекту зміни в певній мірі повинні реалізувати довготермінову мету, визначену програмою.

**Стратегічне планування роботи бібліотек** – визначає принципи розвитку бібліотеки із урахуванням її місії, цілей і завдань. Цілі С.П. можуть бути направлені на розширення джерел її фінансування, аналіз можливостей формування нової інформаційної продукції і послуг, виявлення перспективних потреб користувачів, формування стійкої ніші на

інформаційному ринку міста і регіону тощо. Особливістю С.П. є передбачення можливостей слідувати певним цілям і вміння швидко реагувати на зміни.

**Тезаурус** – словник термінів-понять, які входять до складу певної теми, проблеми, науки в цілому. Цей термін широко використовується в лінгвістиці для позначення спеціального типу словників, які тією чи іншою мірою відображають "картину світу", "мовну модель світу". Друге значення цього терміна пов'язано зі словником, що має широку популярність, "Тезаурусом" Піці. У цьому трактуванні термін "тезаурус" означає визначений спосіб організації, розташування лексичного складу в словнику. Зараз у це поняття вкладають значення "вся кількість накопичених знань". Отже, тезаурус – контрольований словник термінів із зафіксованими семантичними взаємозв'язками, який охоплює одну чи більше спеціальних галузей знань.

**Традиційна бібліотека** – упорядковане зібрання паперових документів.

**Фанбук** – це серія авторських електронних книг.

**Цифрова бібліотека** – упорядковане зібрання статичних електронних документів.

**Електронна бібліотека** – упорядковане зібрання статичних документів у поєднанні із доступом до динамічних електронних документів (Інтернету).

**Віртуальна бібліотека** – упорядковане зібрання динамічних документів. відрізняється тим, що не містить статичних документів, орієнтуючись лише в ресурсах мережі Інтернет. Основною ознакою є наявність інформаційного спеціаліста, який упорядковує ресурси мережі і надає їх користувачам.

**Гібридна бібліотека** – поєднання традиційної, електронної та віртуальної бібліотек в одному інформаційному закладі.



Фандрейзинг – система заходів з отримання грошової допомоги бібліотекам для впровадження в життя соціально значущих проектів та суспільно-корисних починань. Основні форми фандрейзингу: гранти, благодійництво, співробітництво з органами державної влади, підприємствами та фірмами.

## WEB-СЛОВНИК

**Запит** - слово або словосполучення, яке вводить користувач в пошуковій системі для отримання необхідної інформації. У відповідь система видає список сайтів, відсортованих по релевантності даному запиту.

**Контент** - зміст (інформаційне наповнення) сайту: текстова інформація, графічні матеріали, мультимедійні файли і ін. При розробці сайту завжди слід пам'ятати, що користувач в першу чергу шукає цікавий контент - потрібну йому інформацію, а вже потім оцінює дизайн і інші елементи сайту. Тому найнеобхідніша і важлива інформація повинна бути легко доступна з будь-якої сторінки сайту. Особливу роль в цьому значенні грає контент головної сторінки сайту. Оскільки користувач одночасно проглядає відразу декілька сайтів, у нього немає часу на детальний аналіз і перше враження народжується саме від проглядання головної сторінки. Тому на ній варто розмістити максимум інформації, яка може зацікавити користувача і примусити його затриматися на сайті. Не варто також нехтувати регулярним оновленням контенту - наприклад, вести стрічку новин, інформаційну розсилку, проводити опити, конкурси. Це сприяє формуванню постійної аудиторії ресурсу.

**Лічильник відвідування** - програма, що дозволяє враховувати кількість унікальних відвідувачів на кожній сторінці сайту, а також кількість переглянутих відвідувачами сторінок за певний проміжок часу. Лічильники можуть відрізнятися по своїх можливостях, тому в статистичний звіт можуть бути включений і інші показники, наприклад, розподіл відвідувачів по регіонах. Свідчення лічильників можуть відрізнятися. Це пов'язано з різними причинами у тому числі з тим, що деякі користувачі можуть блокувати адреси лічильників і тоді їх відвідини (хіти) не враховуватимуться. Лічильник необов'язково відображається на вебсторінці, а його статистика може бути як

загальнодоступної так і закритої для відвідувачів сайту.

**Мета-тег** - спеціальний тег, тобто набір символів в HTML-розмітці сторінки, в який поміщають слова, що відображають зміст вебсторінки. Інформація, розміщена в мета-тегу володіє великим значенням для пошукових систем і в першу чергу використовується при аналізі сайту. Слова і словосполучення, розміщені в мета-тегу, повинні відповідати дійсному змісту сторінки. В мета-тегу указуються (найважливіші): ключові слова "keywords", опис змісту сторінки "description".

**Скріншот**, від англ. «Screenshot» (screen - екран, зображення на екрані, кадр, вміст екрану; shot - знімок миттєвого стану) - знімок вмісту екрана монітора. Скріншоти дозволяють наочно проілюструвати роботу якої-небудь програми, розкрити послідовність дій, наприклад, при установці апаратного або програмного забезпечення. Скріншоти іноді просять надсилати у разі будь-яких збоїв виробники програмного забезпечення. Скріншотами часто ілюструють свої статті та книги автори (причому, як в цифровому вигляді, так і в «паперовому»).

*Як зробити скріншот.*

Для «зняття» скріншота існує безліч програм, але найпростіший - і завжди під рукою у кожного користувача ПК! - Спосіб - це використовувати клавішу Print Screen. Натискання цієї клавіші поміщає в буфер обміну весь вміст екрану монітора.

**Спам** - масова розсилка електронних листів в основному рекламного характеру без дозволу з боку адресатів. Розсилка спама заборонена умовами договору більшості провайдерів і при порушенні сайт, з якого розсилався спам, як правило, відключається. Спам необхідно відрізнити від розсилок (direct-mail), які є законним методом розповсюдження інформації серед користувачів.

На відміну від спама, розсилки володіють наступними ознаками:

- користувач сам підписався на отримання розсилки;
- користувач у будь-який момент може відмовитися від отримання розсилки;
- в тексті кожного листа містяться контакти для зворотного зв'язку з автором розсилки;
- розсилка проводиться з дійсних (непіддроблених) електронних адрес.

**Спам пошукових систем (спамдексинг)** - це використання непрофесійних і заборонених методів оптимізації сайту з метою завищення його позиції в рейтингу пошукових систем по певних запитах. Існують "сірі" (небажані) і "чорні" (однозначно заборонені регламентом пошукових систем) методи оптимізації, проте межа між ними сильно розмита. Оптимізація "на межі фолу" може принести відчутний результат на короткий термін, але при цьому велика вірогідність, що надалі ресурс потрапить в "чорний список" (бан) пошукової системи або буде "оштрафований" за порушення правил. В першому випадку сайт взагалі буде виключений з бази пошукової системи. У разі "штрафу" позиція ресурсу в результатах пошуку автоматично знижується шляхом множення його реального рейтингу на знижуючий коефіцієнт. До "чорних методів" оптимізації відносяться Doorways (дорвеи), Cloaking (клоакинг), Code swapping (свопінг), розміщення тексту і посилань, тим або іншим чином прихованих від користувача, і ін.

**Стейкхолдери** (від англ. Stakeholders) - зацікавлені сторони, зацікавлені особи, причетні сторони — фізичні та юридичні особи, які мають легітимний інтерес у діяльності організації. Стейкхолдери промоції дитячого читання – літературні критики, працівники бібліотек, педагоги, науковці, автори, видавці, а також активні молоді батьки, навіть школярі.

**Посилальний спам** - метод оптимізації, при якому кількість посилань на ресурс нарощується штучно без урахування тематики сайту або взагалі відбувається автоматичний обмін посиланнями усередині групи ("кільця") сайтів. Посилальний спам використовується для підвищення індексу цитування сайту. Звичайно цей метод відносять до "сірих або навіть "чорних" методів" оптимізації - залежно від рішення адміністрації конкретної пошукової системи. Однозначним порушенням правил користування пошуковими системами вважається установка посилань, тим або іншим чином прихованих від користувача. В найгіршому випадку сайт може потрапити в "чорний список" і бути виключеним з бази пошукової системи.

**Тег** - окрема команда на мовах гіпертекстової розмітки. Теги заголовків - заголовки, присутні усередині тексту сторінки і вказані в HTML-кодї в тегах . Слова і фрази, розміщені усередині цих тегов визначатимуться пошуковим роботом як володіючі великим значенням по відношенню до основного тексту сторінки і, швидше за все, використовуватимуться при визначенні її змісту. Тому слова і фрази заголовка повинні бути наближеними до бажаних (ключових) запитів користувачів, але в той же час відповідати реальному змісту тексту і бути присутніми в ньому (кількість входжень не повинна бути низькою).

**Фанфік** (також фенфік; від англ. Fan «шанувальник» і fiction «художня література») - жанр масової літератури, створеної за мотивами художнього твору його

шанувальниками, зазвичай на некомерційній основі (для читання іншими шанувальниками). Фанфік ґрунтується на якомусь оригінальному творі (як правило, літературному або кінематографічному) і використовує його ідеї сюжету і / або персонажів. Фанфік може представляти собою продовження, передісторію, пародію, «альтернативний всесвіт», кросовер («переплетення» кількох творів) і так далі. Фанфік - різновид творчості шанувальників популярних творів мистецтва, так званого фан-арту в широкому сенсі цього слова.

**Фікрайтер** - (Fiction - худ. література; і Writer - письменник) - автор-якогось фанфіку, що створює продовження популярних художніх творів. Також іноді фікрайтерів називають фанфікерами (від слова фанфіки).

**Хештег** або **гештеґ** – це ключове слово або фраза, перед якими ставиться символ # і які використовуються в публікаціях у соціальних мережах: Twitter, Instagram, Pinterest, Google+, YouTube, або Facebook. У результаті ваш пост спрацьовує як посилання і стає доступний людям з такими ж інтересами.

Слова в хештегах ставляться, зазвичай, без пробілів, для їх відокремлення використовуються символи нижнього підкреслення «\_». Наприклад, #Рівненська\_обласна\_бібліотека\_для\_дітей.

<http://www.webostudio.com/ua/stats/seoterms/>