

БІБЛІОТЕЧНІ БЛОГИ ТА СТОРІНКИ

В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

(інформаційний дайджест)

Бібліотека в сучасних умовах змушена переглядати свої пріоритети, змінювати соціальні функції. Впровадження комп'ютерних технологій, надання доступу до електронних носіїв, використання Інтернету призвело до певних змін в обслуговуванні користувачів. Це вплинуло, як на форми роботи, так і на якість обслуговування.

Діяльність сучасних дитячих бібліотек спрямована на задоволення різнобічних інформаційних потреб своїх користувачів. Постійно з'являються нові інформаційні продукти та послуги, за допомогою яких виконуються завдання, поставлені користувачами перед бібліотекою. Інновації в них найчастіше стосуються створення та використання Інтернет-ресурсів, причому на якісно новому рівні, який отримав назву „Бібліотека 2.0” [6]. Ця концепція походить від загального поняття „Веб 2.0”, важливим аспектом якого є використання „колективного інтелекту” для створення і розповсюдження інформаційного контенту. Блог є одним з яскравих прикладів використання принципів „Веб 2.0”.

Бібліотекарі докладають значних зусиль, щоб інформувати користувачів про ресурси, програми і послуги своєї бібліотеки. Але для того, щоб розповісти про свою книгозбірню, вже не достатньо написати статтю в газету або зняти відеосюжет. [1] Новими можливостями для бібліотечних фахівців відкрились блоги, які в українському інформаційному просторі набули великої популярності.

Історія блога

Блог (англ. *blog*) скорочення від „веб лог” (англ. *web log*, «мережевий журнал чи щоденник подій») – це веб-сайт, наповнений текстами та мультимедійною інформацією, де у зворотному хронологічному порядку публікуються короткі записи, які називають постами. [7]

За версією газети «Вашингтон профайл» (англ. *Washington Profile*), першим блогом вважають сторінку Тіма Бернса-Лі, де він, починаючи з 1992 року, публікував новини.

Широке використання блогів розпочалося з 1996 року. [7]

Термін „веблог” був вперше вжитий програмістом Джорном Баргером 17 грудня 1997-го року. Так він назвав перелік посилань, автоматично згенерованих сайтом Robot Wisdom, що накопичував усі інтернет-сторінки, на які заходив Джорн. Таким чином, перший блог був своєрідним збірником посилань. [8]

Коротку форму терміну „блог” (*blog*) вперше вжив Пітер Мерхольц у квітні 1999 року. Він жартома у сайдбарі власного блогу Peterme.com „роз’єднав” термін Джорна Баргера „weblog” на два слова „we blog”, що можна перекласти як „ми ведемо блог” [7].

Через дуже короткий період Еван Вільямс (один із засновників сервісу Blogger.com) використовував слово „блог” у двох значеннях – як іменник та дієслово. „To blog” – означало „вести блог”. Саме Еван, до речі, вперше використав слово блогер (*blogger*), маючи на увазі людину, яка є автором блога. Не дивно, що йому вдалося легко зареєструвати доволі рідкісний домен у зоні .com – blogger.com. У серпні 1999 року Еван Вільямс заснував ІТ-компанію „Pyra Labs”, головним продуктом якої і стала відома зараз платформа Blogger. Це була перша безкоштовна блогова служба для створення та управління блогами.

З кожним днем кількість блогів у світовому веб-просторі невідомо зростає. По справжньому вибуховим і масовим блогінг став у 2003-му, коли на світ з’явилися такі блогерські платформи, як TypePad та WordPress. [8]

З 2007 року в Україні збільшується кількість окремо встановлених блогів. Ростуть блогролли учасників – що свідчить про бажання завжди перебувати у контакті. Зростає також кількість якісних тематичних та професійних блогів, підвищується кількість коментарів та й самих коментаторів. Для користувачів українського Інтернет простору слово „блог” стає зрозумілим і доступним.

За даними Яндексa, в 2010 році налічувалося 700 тисяч українських блогів, 120 тисяч з яких були активними, причому активні блоги зростають швидше від звичайних. Українська блогосфера поки що єдина з

кириличних, яка не припинила свого росту. У лютому 2008 року світ побачив проект, який так і називається – Українська блогосфера. Метою цього проекту став розвиток української блогосфери, а в першу чергу самостійних українських блогів, створених на власних хостингах з допомогою

CMS

на зразок

Word

Press

чи подібних.

Бібліотекарі стають активними блогерами. Це пояснюється декількома чинниками. По-перше, публікуватися в інтернеті за допомогою блогів легко. По-друге, інформація

, опублікована

на блозі

, є доступною для всіх. Окрім того, існують

декілька безкоштовних систем блогування, де будь-хто може зареєструватися та вести свій блог, не докладаючи особливих зусиль

та

а інші

е

.

Б

логи

мають соціальний характер, тому що навколо них формується група людей зі спільними інтересами, які цікавляться його тематикою, знайомі з автором.

Структура та класифікація блогів

Вміст блога можна уявляти собі як стрічку, на якій знаходяться дописи (пости), що йдуть один за одним. Усі накопичені записи у блозі розміщені в хронологічному порядку. Це дуже зручно для перегляду тому, що з часом у блозі накопичується багато записів і вони мають бути упорядковані. Як правило, сторінки блогу також містять посилання на архів – попередні пости, згруповані по місяцях і роках. Окремий пост блогу має заголовок, дату публікації, власне зміст, який складається з гіпертексту (думки автора, цитати тощо), посилань на інші сайти та блоги в Інтернеті, інколи зображень чи навіть відео. Як правило, до кожного посту читачі можуть залишити коментарі (відгуки до публікації) за допомогою простої веб-форми. [7]

Блогерський жанр розвивається у двох напрямках: щоденники та тематичні блоги. Найбільшу увагу привертають тематичні блоги, саме завдяки їм блогосфера стрімко прогресує. Автор обирає тематику, на якій добре знається, пише про новини, сайти і події, які стосуються визначеної теми, наводить свої міркування та висновки.

Для того, щоб легше було шукати ваш блог в мережі, потрібно добре продумати його структуру. Вона повинна бути зрозумілою та зручною як для відвідувачів, так і для пошукових систем.

У структурі блогу є рубрики на окремих сторінках. Для того, щоб створити рубрики, потрібно розділити тему вашого блогу на частини і назвати їх – це і будуть рубрики, в які ви будете заносити статті. Кожній рубриці присвоюється посилання в автоматичному режимі. Статті у блог пишуться за правилом „одна стаття – одна тема”. Краще написати велику статтю на одну тему, розкрити її в повному обсязі, і задоволені читачі обов’язково повернуться на ваш блог. Усі записи у блогах поділяються за категоріями (розділами). Так, відвідувачі блогу, які цікавляться думками блогера щодо певної теми, можуть за посиланням на цю категорію перейти до всіх існуючих постів автора, присвячених зацікавленій темі.

Для того, щоб бібліотечний блог був успішним, дотримуйтесь таких правил:

- налагоджуйте дружні стосунки з читачами;
- використовуйте RSS; аналізуйте статистику;
- не лишайте без уваги коментарі;
- забезпечте просту навігацію;

- використовуйте гарні назви тем;
- підтримуйте здорове суперництво;
- реєструйте блог в пошукових системах;
- інформуйте користувачів про блог за допомогою бібліотечних рекламних матеріалів; дозвольте вашій особистості проявити себе через блог;
- зробіть блог доступним і простим для користування.

Перше, над чим замислюється блогер-початківець при створенні ресурсу, – це вибір блог-платформи.

Усі блоги поділяються на три типи:

1. *Автономні блоги (Stand alone)* – це блоги, що фактично являють собою простий сайт. Він не прив'язаний до шаблонів оформлення блог-платформи та може бути таким, яким його хоче бачити власник. Найбільш типовими є блоги, створені на Wordpress. Суттєвим обмеженням автономних блогів є більш складна, у порівнянні з іншими блогами, процедура пошуку користувачів. Фактично перед вами стоїть завдання розкрутити сайт, з усіма пов'язаними з цим складностями – реклама на сторонніх сайтах, SEO-оптимізація в пошукових системах Google, Yandex, налаштування RSS-стрічки. Все це потребує часу та досвіду. Тому новачкам краще скористатися іншим типом блог-платформи. При гарному догляді автономні блоги мають звичку перетворюватись у гарні, повноцінні сайти.

2. *Блог-платформи* – це спеціальний сервіс, що надає можливість без зайвих складностей створити блог, який інтегрований у велику мережу, наприклад Blogger

, LiveJournal,
LiveInternet, В
logpost

тощо. Блог-платформа має багато користувачів, які можуть прочитати вашу публікацію, прокоментувати її чи поширити інформацію про неї серед своїх друзів та знайомих. Блог-платформа – це завжди певна структура, офіційні та неофіційні правила, а також специфічна технічна складова, яку необхідно враховувати. Також необхідно розуміти, що правила на блог-платформі задає її власник. Одна з проблем популярних сервісів – вибір веб-адреси блогу. Адже чим старша платформа, тим більша вірогідність, що вибрати собі гарне та милозвучне ім'я буде не просто. На більшості блог-платформ у вашому блозі буде розміщуватись реклама, за рахунок якої ця платформа існує. Слід розуміти, що інколи вона може суперечити вашим поглядам та поставити вас у незручне становище.

3. *Блоги, інтегровані у новинні сайти.* Більшість українських новинних ресурсів надають можливість створити блог на власній блог-платформі, інтегрованій у даний новинний сайт. Популярними є блоги на Українській Правді, Кореспонденті, ЛігаБізнесІнфо тощо. Це дає змогу просувати свій блог, коментуючи новини та публікації ресурсу, а також спрощує пошук цільової аудиторії, оскільки користувачі сайту вже є представниками певної аудиторії. [14]

Цікавим є досвід американських бібліотекарів, які відповідно до тематики змісту, цільового призначення, числа посилань, інше, сформуvalи так званий блог-рейтинг за напрямками:

1. Блоги про професійний розвиток і навчання: ідеї щодо побудови своєї кар'єри в якості бібліотекаря, ресурси для навчання, різні аспекти професійної діяльності. В основному орієнтовані на академічну освіту.

1.1 Блоги про технології навчання: креативні ідеї, інформаційні продукти, технології XXI ст., цікаву освіту, інновації, експерименти.

1.2 Блоги, написані бібліотекарями про бібліотечну справу: теми лідерства, освіти, мотивації, досвіду, цифрових технологій, а також рекомендації літератури.

2. Блоги шкільних бібліотекарів, які хочуть спілкуватися з колегами, вчителями, технологіями. Містять рекомендації та рецензії на книги.

3. Блоги, адресовані вчителям та шкільним бібліотекарям. Досліджуються точки перетину шкіл, бібліотек та технологій.

4. Блоги про новинки галузі. Розкривають актуальні проблеми бібліотечної практики, тенденції розвитку бібліотечної справи, пропонують новини, різні думки, добірки книг.

5. Блоги для технічно-орієнтованих бібліотек: про технології у бібліотечній роботі, як використовувати різні інструменти та гаджети аби завжди бути сучасним, цікаво про майбутнє книг, рекомендація цифрового контенту (електронна та аудіокнига, ін.),

6. Блоги для дітей та підлітків: рекомендації щодо читання кращої дитячої літератури, акції, відгуки на книги, популяризація літератури для розвитку підліткової грамотності, огляди молодіжної літератури для дорослих.

7. Книжкові блоги про «велике читання» для себе. Нові назви, хороші рекомендації, нові літературні імена, відгуки фахівців та думки експертів, останні рецензії в сучасній літературі та відгуки молоді про наукову фантастику, про нові імена в літературі, соціальних та філософських науках, краща художня та наукова література.

8. Різні (поза рейтингом). Про дизайн, інновації, нові медіа як кращий бібліотечний досвід. Зокрема, блоги, які розповідають все про систему Дьюї, популяризують комікси, пропонують гумор від бібліотекаря. [6]

Для чого блог бібліотеці?

Візитною карткою бібліотеки в Інтернеті є сайт. Блог може стати доповненням до сайту, створити і вести його можуть самі бібліотекарі, навіть не дуже „продвинуті”. Для невеликої бібліотеки блог може слугувати заміною сайту. На відміну від сайту, блогів може бути декілька, головне – визначити навіщо їх створювати і для кого. Можливо, це буде тематичний блог, чи блог-проект, чи щось інше. [2]

Книгозбірні можуть використовувати блоги для досягнення багатьох цілей. Найбільш очевидне їх застосування – поширення бібліотечних новин, які необхідно постійно оновлювати, витрачаючи на це мінімум часу й зусиль. Для бібліотекарів блог дає зовсім нові можливості організації професійного та особистого простору. [3]

Бібліотекарі постійно шукають нові можливості для надання корисних послуг.

Блог може стати джерелом інформації про різні бібліотечні події й програми. Він допоможе винести ці відомості за межі сайту своєї бібліотеки. Нові повідомлення з блогів передаються за допомогою технології RSS (Really Simple Syndication), яка дає користувачеві можливість отримати інформацію про оновлення на різних Інтернет-ресурсах, зокрема блогах, у вигляді короткого опису. Сформувавши стрічку RSS, користувач може отримати потік оперативної інформації з усіх тем, що його цікавлять, таким чином, бути в курсі нових повідомлень. [3]

Блог може бути ефективним інструментом для завоювання Інтернет-аудиторії, що складається з користувачів покоління next, для якого одержання інформації й спілкування в мережі стало невід’ємною частиною соціального життя. Блог є звичним для них засобом спілкування, адже юні користувачі в переносному значенні „живуть у мережі”. Учасники блогів можуть легко відвідати електронні бібліотеки, сайти з рекомендаційною бібліографією, прочитати новини у бібліотеках, залишити свій коментар до певної теми або прочитати думку інших. [3]

Краєзнавство є важливою складовою роботи бібліотеки, а блог може стати тим місцем, де збиратимуться корисні посилання на регіональні ресурси, публікуватимуться оригінальні роботи краєзнавчої тематики, ітиме систематична робота з популяризації культури, історії, традицій та звичаїв свого народу. [1]

Одні бібліотечні блоги ведуться для читачів, інші – для бібліотекарів. Іноді, через недостатню обізнаність у призначенні блогів, або через невизначену мету, бібліотекарям не вдається визначити свою аудиторію, і блог перетворюється на дошку оголошень та повідомлень. Якщо бібліотекар зможе чітко визначити завдання, проблематику і аудиторію, його блог матиме постійних відвідувачів та шанувальників.

Серед читачів бібліотечних блогів найбільшу частку становлять бібліотекарі, які обговорюють фахові питання. Також блог стане корисним для учнів і молодших, і старших класів (залежно від тематики блогу). Частенько заглядають і вчителі в пошуках нових ідей. А іноді бібліотечний блог може стати цікавим для простих відвідувачів, які, випадково завітавши на вашу сторінку, знайдуть для себе корисну тему. Читачі можуть виражати свою думку, дискутувати, погоджуватись з думками інших учасників, а також знайти однодумців, нових друзів – безліч можливостей дає блог своїм читачам.

Російський бібліотекознавець Андрій Федоров на своєму блозі „Идеи простых решений” говорить про те, що для більшості російських (і не тільки) бібліотек поняття „вести блог” має на увазі щось модне, сучасне, „тому, що всі так роблять”, „щоб не бути гіршим за інших” і т.п. Аналізуючи бібліотечні блоги, автор відзначив, що багато з них у такий спосіб додають собі відвідувачів на сайт. Але реально бібліотечний блог націлений на те, щоб формувати та активізувати потенційних читачів бібліотеки, яким, можливо, буде цікава бібліотека як інформаційний заклад, куди вони звернуться пізніше.

Мета створення бібліотечного блогу

Створюючи блог, слід чітко визначити мету, сформувані кінцевий результат, визначити послідовність дій для досягнення кінцевого результату [3]. Бібліотечний блог не можна сприймати як платформу для повідомлень і новин. Він є діалогом між бібліотекою і користувачем.

Олена Проців, завідувач відділу інформації Тернопільської ОУНБ, у своїй статті „Створюємо блог бібліотеки” пропонує такі варіанти, які допоможуть сформулювати мету для створення блога:

- показати, що книгозбірня є сучасною установою, яка готова до конструктивного спілкування, критики, змін та інновацій;
- поліпшити спілкування з потенційними користувачами через діалог та коментарі;
- популяризувати інформаційні або інші послуги серед читачів, які шукають інформацію в Інтернеті, в тому числі у блозі;
- підвищити пізнаваність бренда бібліотеки для того, щоб більше людей могли відповісти на запитання „Що таке бібліотека?” і „Навіщо вона потрібна?”;
- проводити опитування та отримувати миттєві відповіді від читачів;
- підтримувати зв'язок із читачами: як правило, коли блог оновлюється, вони отримують повідомлення (ще один вагомий доказ того, що треба писати регулярно);
- поширювати інформацію про послуги книгозбірні й змусити людей говорити про них;
- спілкуватися зі ЗМІ, адже багато журналістів при підготовці репортажів, сюжетів використовують блоги і мікроблоги;
- залучати нових співробітників. [3]

Блог – ознака того, що бібліотекар іде „в ногу з часом”. Це особливо актуально для молодих людей, для яких звично спілкуватися в соціальних мережах і самовиражатися, адже наявність блогу може підвищити привабливість книгозбірні. Якщо ви вже чітко знаєте, для чого будете створювати блог, можна розпочинати роботу.

Часто бібліотекар, який прагне створити свій блог, ставить запитання: „Що писати в блозі?” Щоб відповісти на це питання, потрібно зрозуміти, що він прагне отримати в результаті.

Як стати хорошим блогером? Найперше – бути оригінальним, виділятися індивідуальністю. Потрібно правильно складати заголовки і вступи до постів, не змушувати читача здогадуватись. Завжди бути готовим до дискусій, щоб привернути увагу читача. Не всі пости мають бути у вигляді розповідей. Намагайтеся використовувати все те, що може зацікавити потенційного користувача бібліотеки.

Людина створює блог для висвітлення своїх думок, подій, відношення до чогось, а саме особистість автора робить ресурс впізнаваним, оригінальним та цікавим.

Звичайно, що написати одразу класний з усіх боків пост не вийде, для цього потрібен час. Коли написано вже більше сотні статей, висловити свою думку на сторінках блогу стає легше та простіше. Якщо ж автор створює ресурс і наповнює його скопійованими чи переписаними постами — відповідно стиль блогу втрачається, матеріал буде сухий, не цікавий. Писати потрібно так, щоб у відвідувачів виникало бажання знову звернутися на ваш блог в пошуках нової інформації, щоб читаючи ваші дописи, люди впізнавали авторський почерк, манеру мови та висловів. [9]

Чотири фактори, які заважають стати хорошим блогером:

1. *Незнання своєї цілі.* Неможливо створити успішний і відвідуваний блог, якщо ви не знаєте, з якою метою його створюєте. Причому, мета повинна бути доволі конкретною: бажання розвиватися, отримувати нові знання, підтримувати та просувати свою бібліотеку в мережі. А гонитва за популярністю чи наслідування інших – погана. Якщо єдина причина створення блога – це те, що у всіх ваших знайомих він вже є – тоді краще зразу відмовитися від цієї мети.

2. *Страх.* Якщо бажання досягнути мети менше, ніж страх перешкод на шляху до неї – тоді з великою ймовірністю ви взагалі ніколи не розпочнете вести блог. Можна боятися

чого завгодно: осуду, висміювання, невміння висловлювати свої думки „на папері”, відсутності підтримки, критики, провалу і т.п., але потрібно завжди пам'ятати, що об'єкт страху завжди більш загрозливий, ніж є насправді. Не даремно ж вигадали прислів'я: „У страху очі великі”.

3. *Бездіяльність*. Зазвичай виникає як наслідок невпевненості, хоча причини можуть бути й іншими. Головне тут – усвідомлювати, що сама по собі бездіяльність – це ознака слабкої людини (і не тільки стосовно блогів). Власне, для того, щоб провалитися, вам не потрібно робити щось неправильно – достатньо просто нічого не робити. Більше того, якщо ви робите щось неправильно, шанс досягнути успіху вищий, ніж якщо ви віддаєтеся бездіяльності.

4. *Задумали створити блог – дійте*. Не потрібно чекати сприятливих умов чи кращого моменту. Він ніколи не настане і ви тільки втратите час. Хоча для багатьох людей бездіяльність є хронічною хворобою і не лікується.

Успіху досягає не той, хто ніколи не помиляється, а той, хто, незважаючи на помилки, рухається вперед. У справі блогінгу, як і в будь-якій іншій, наполегливість має ключове значення. Якщо перше ж падіння показників статистики, критичний коментар колеги здатні зруйнувати вашу віру у власні сили і власну справу – тоді навряд чи вам вдасться створити стабільний і успішний ресурс. [13]

Блог для методиста

Активна професійна позиція бібліотекаря залежить передусім від його компетентності: поінформованості, обізнаності з сучасними тенденціями.

Традиційно методичне забезпечення діяльності бібліотек здійснюється за допомогою комплексу активних, «живих» форм роботи: семінарів, навчально-практичних занять, групового

та індивідуального консультування. Вивчається та поширюється найкращий досвід зарубіжних і вітчизняних бібліотек шляхом підготовки методичних

посібників, інформаційних листків.

Н

инішній надзвичайно динамічний світ навколо нас потребує оперативного реагування на зміни як у суспільстві, так і у тенденціях розвитку бібліотек.

Отже, виника

є

потреба у пошуку нових шляхів здійснення методичної діяльності.

[4]

Працівники методичних відділів також потребують каналів комунікації, які будуть надійним джерелом для власної поінформованості, стимулюватимуть до освоєння сучасних інформаційних технологій та дозволятимуть оперативно інформувати працівників бібліотек про зміни та інновації в нашій роботі. [4]

Чи полегшує ведення блогу життя методисту? Однозначно ні. Кожен допис вимагає часу на осмислення, на підготовку гаджетів, відстеження та реагування на коментарі. До того ж будь-який блогер прагне, щоб його дописи читало якомога більше відвідувачів. А це потребує додаткової роботи з просування матеріалів блогу в соціальних мережах. Тоді, чому доцільно займатися цією роботою?

По-перше, блог допомагає оперативно донести до колег певні рекомендації, обговорити аспекти діяльності й проблеми, продемонструвати нове та краще, обмінятися матеріалами і корисними посиланнями. На жаль, бібліотеки часто працюють „на себе”, нехтуючи найважливішим принципом менеджменту якості –

” орієнтація на користувача

”

.

По-друге, блог допомагає знайти багато друзів та однодумців за тисячі кілометрів, з якими можна і далі підтримувати зв'язки. Вихід із професійної й географічної ізольованості вдається знайти передусім у блогосфері.

По-третє, вести блог – це цікаво. Спочатку просто цікаво дізнатись, як усе виглядає зсередини, спробувати розібратись у технології створення вебресурсу. Потреба в донесенні інформації в різних її формах спонукає

до поступового оволодіння різними налаштуваннями, віджетами – гаджетами та іншими премудростями блогу.

У блозі можна розмістити не лише текст та фотографії, а й електронну презентацію, відеоролик і навіть цілу брошуру. Для навчання можна використовувати відеоуроки, що їх пропонує Інтернет. Не

слід

сором

итися

запитувати більш досвідчених блогерів у Facebook чи читачів блогу. Вбудовані в блог rss-потіки дають можливість оперативно відстежувати оновлення матеріалів на блогах інших

бібліотек, що є цікавими у професійному плані.

Четвертою причиною доцільності ведення блогу є те, що його матеріали завжди стануть у пригоді, коли, наприклад, виникне потреба у терміновій підготовці публічного виступу. Його успіх, зацікавленість аудиторії забезпечить демонстрація візуальних матеріалів: фотографій, відеофільмів, презентацій. [4]

Культура спілкування в бібліотечних блогах

На „території” Інтернету сформувалися свої правила поведінки, певні традиції, своєрідна культура спілкування, що має назву „нетикет”. Це поняття з’явилося у середині 80-х років минулого століття.

Серед величезної кількості переваг, які подарував нам Інтернет, є одна істотна можливість, це – анонімність спілкування. В Інтернеті Ви маєте можливість стати тим, ким тільки захочете, написати про себе, чого тільки душа забажає. Це спостерігається на численних форумах та блогах. У більшості випадків у мережі Інтернет ви можете приховати свою сутність за різними ніками, аватарами, профілем, який заповнюєте. Віртуальне спілкування відрізняється від реального. Співрозмовник не бачить вас, не знає ваших переваг і недоліків, не цікавиться вашим суспільним положенням. Проте, іноді користувачі мережі ведуть себе некоректно по відношенню до інших. Тому необхідно дотримуватись правил поведінки в Інтернеті, які складають етику спілкування. [10]

Винахідник терміну Веб 2.0 Тім О'Рейлі та розробник вільної енциклопедії Wikipedia Джиммі Вейлс розробили рекомендації щодо поведінки для блогерів. Звісно, ці правила загальні, адже в кожному конкретному блозі Мережі вони будуть дещо змінені або доповнені. Та для тих "нетизян", які ще не визначилися зі стилем поведінки в Інтернеті, узагальнений кодекс блогера від О'Рейлі та Вейлса може стати у пригоді. Цей варіант автори називають чорновим. Адже він постійно змінюватиметься і поповнюватиметься, відповідно до трансформації самих блогів. [11]

Кодекс вихованого блогера О'Рейлі та Вейлса:

- Ми беремо на себе відповідальність за наші власні слова та за коментарі, що ми дозволяємо лишати в нашому блозі. Ми не будемо розміщувати заборонені матеріали і будемо видаляти коментарі, що їх містять.
- Ми не скажемо нашому віртуальному співрозмовнику того, чого не наважилися б сказати йому під час особистої зустрічі.
- Якщо дискусія стане занадто напруженою, ми спробуємо поговорити зі співрозмовником приватно, перед тим, як відповісти публічно.
- Образивши когось, ми вдамося до певних заходів. Під „заходами” в кодексі маються на увазі спроби домовитися з особливо емоційним співрозмовником „по-людськи”. У випадку,

якщо коментарі, що лишив співрозмовник, образливі, погрозливі, і людину не вдається заспокоїти і змусити вибачитися, блогери можуть поєднати свої зусилля з правоохоронними органами, щоб захистити жертву грубіяна.

- Ми не дозволяємо анонімних коментарів.
- Ми ігноруємо он-лайн-провокацій. Якщо не реагувати на замашки хамів, вони втратять інтерес і перестануть лишати коментарі.
- Ми потребуємо від компаній-хостерів он-лайн-щоденників більш активно сприяти тому, щоб користувачі дотримувалися правил користування блогом. [11]

Тепер постає питання, як боротися з хамством в Інтернеті? Звичайно, завжди є можливість відповісти грубістю на грубість, але в такому випадку Ви опускаєтеся до рівня свого хамовитого співрозмовника. Тому, найкраще ігнорувати такі повідомлення або, в крайньому випадку, відповідати на них холодними, короткими висловлюваннями.

Елементарним показником ввічливості є звернення до співрозмовника на „Ви”, а не „ти”. Адже в багатьох випадках нам невідомий вік та соціальний статус наших читачів. Хтось правильно підмітив, що Інтернет стирає всі можливі межі. Стирає він також, на превеликий жаль, і кордони в культурі спілкування. І до того часу, поки людина має можливість одягнути на себе маску анонімності, ми нічого не зможемо суттєво змінити. [10]

Не менш цікавий напрямок діяльності в соціальних медіа – представлення у соціальних мережах. [2] Основною функцією соціальних мереж є об'єднання людей з однаковими інтересами в одну спільноту чи групу. Саме розвиток Інтернет технологій web 2.0 у свій час дав поштовх появі різних соціальних сервісів, а саме: форумів, блогів, соціальних мереж.

[12]

]

Всесвітнім лідером соцмереж є Facebook, котрий вибирає найбільш „продвинута” частина аудиторії. Основна частина українських користувачів соціальних мереж зосереджена в трьох великих проектах – „ВКонтакте”, „Мой мир” та „Однокласники”.

Соціальні мережі дозволяють спілкуватися з реальними і потенційними користувачами у звичному для них середовищі. Групи і сторінки дозволяють залучити користувачів до бібліотеки, достатньо швидко встановити неформальний контакт. Представництво бібліотеки в соціальній мережі дає чудову нагоду миттєво повідомити широкому загалу про нові видання, конкурси чи інші заходи і розповсюдити цю інформацію далі. Можна оперативно дізнатися думку користувачів з певного приводу, виявити їх побажання та вподобання. Вірогідність того, що читач зайде в соціальну мережу, а потім до вас, побачивши новину, яка його зацікавить, є досить високою. [2]

Групи створені для тих, хто бажає спілкуватися з друзями з конкретного приводу або хоче висловити свою думку. Наприклад, бібліотека створює свою групу і запрошує своїх прихильників для обговорення цікавих тем. Коли ви створюєте групу, потрібно вирішити, чи буде вона відкрита, чи увійти до неї можливо тільки за запрошенням. [15]

Часто постає питання, яку вибрати мережу. Потрібно зважити всі плюси і мінуси кожної соціальної мережі. Наприклад, Facebook – це чудові технології та відсутність нелегального контенту; „ВКонтакте” переважно відвідує молодь, але тут багато спама та нелегального контенту. „Однокласники” та „Мой мир” викликають інтерес у людей середнього та старшого віку, проте мають слабкі технічні можливості. [2]

Необхідно також пам'ятати, що соціальна мережа створена не для реклами, а для спілкування. Хороші відгуки та дописи друзів на стіні вашої сторінки – краще будь-якої реклами для вашої книгозбірні.

Бібліотека, як центр користування друкованою інформацією, не витісняється електронними технологіями, а в поєднанні з ними забезпечує ефективне використання інформаційних ресурсів. Це сприяє зростанню суспільної уваги і, головне, зростаючої затребуваності бібліотечних закладів у сучасних умовах.

Література

1. Коткина, И. Школьная библиотека в блогосфере: субъективные заметки чумработницы / И. Котки на // Шкільна бібліотека плюс. – 2010. - № 21. – С. 26.

2. Огнева, Ирина. Эффект сарафанного радио. Стань своим в социальных сетях / И. Огнева // Библиотека. – 2013. –№ 3. – С. 28-35.

3. Проців, О. Створюємо блог бібліотеки / О. Проців // Шкільна бібліотека. – 2012. - № 3. – С. 51-54.

4. Романюк, О. Блог методиста як інструмент для професійного розвитку бібліотекарів та впровадження бібліотечних інновацій / О. Романюк // Бібліотечна планета. – 2012. - № 2. – С. 18-20.

5. Трачук, Л. Бібліотечний блог як прояв концепції „Бібліотека 2.0” / Л. Трачук // Вісник Книжкової палати. – 2012. - № 9. – С. 22-24.

6. Бібліотечна блогосфера: досвід, критерії оцінки, рекомендації [Електронний ресурс] // Методичний блог Рівненської обласної універсальної наукової бібліотеки. – Режим доступу: http://rdob-blog.ucoz.ua/news/bibliotechna_blogosfera_dosvid_kriteriji_ocinki_rekomendaciji/2013-04-29-369 (дата звернення 8.05.2013). – Назва з екрана.

7. Блог [Електронний ресурс] // Вікіпедія: вільна енциклопедія. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Блог> (дата звернення 5.04.2013). – Назва з екрана.

8. Блоги: трішки історії! [Електронний ресурс] // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2009/09/01/blogging-history/> (дата звернення 5.04.2013). – Назва з екрана.

9. Волощук, Олег. Хто такий блогер, або про що і як писати статті на свій ресурс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webdigest.com.ua/blogosfera/vse-pro-blogy/hto-takyj-bloher-abo-pro-scho-i-yak-pysaty-statti.html> (дата звернення 16.04. 2013). – Назва з екрана.

10. Інтернет-етикет. Нетикет [Електронний ресурс] // Сучасні тенденції веб-комунікації. – Режим доступу: <http://webstyletalk.net/node/810> (дата звернення 12.04.2013). – Назва з екрана.

11. Методичні вказівки щодо культури веб-спілкування (нетикету), а також списки відповідної літератури та електронних ресурсів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ruh.znaimo.com.ua/index-11065.html?page=6> (дата звернення 8.05.2013). – Назва з екрана.

12. Моргунова, О. В. Технологи „Web 2.0”. Библиотеки в социальных сетях [Електронний ресурс] / В. О. Моргунова. – Режим доступу: <http://dspace.susu.ac.ru/bitstream/handle/0001>

[.74/1172/1.pdf?sequence=1](#)
3.06.2013). – Назва з екрана.

(дата звернення

13. 4 фактори, які заважають вам стати блогером... [Електронний ресурс] // Українська блогосфера. – Режим доступу: <http://blogosphere.com.ua/2010/12/07/4-factors-which-kill-you-as-blogger/>
(дата звернення 16.04.2013). – Назва з екрана.

14. Як правильно обрати блог-платформу? (Електронний ресурс). – Режим доступу: <http://cityplan.in.ua/page/view/40>
(дата звертання 8.05.2013). - Назва з екрану.

15. Федоров, О.А. Продвижение библиотеки в социальных сетях [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukniga.ru/biblioteki/bibdelo/724-prodvizhenie-bibliotek-v-soc-setyah.html>
(дата звернення 3.06.2013). – Назва з екрана.

Цікаві блоги

Бібліоманія (шкідливі поради для бібліотечно-блогерської громади): <http://bibmaf.blogspot>.

[com/](#)

„НБУшка” (Національна бібліотека України для дітей): <http://nbukids.wordpress.com/> .

Лампа. Ночь. Библиотека (Неофициальный блог методиста. Создан для самообразования и профессионального общения): <http://kotbibliofil.blogspot.com/> .

Веб-спілкування, нетикет (блог Державної бібліотеки України для юнацтва): <http://netiquette4uth.blogspot.com/p/blog-page.html>

Мишь библиотечная: <http://rusu-library.blogspot.com/> .

Пан бібліотекар (блог про бібліотечну справу та інформаційні технології): <http://panbibliotekar.blogspot.com/>

Бібліотечний автобан (блог програми Бібліоміст): <http://bibliote4nyj-autoban.blogspot.com/> .

Словничок

Блогер (blogger) – людина, що веде блог.

Блогосфера – сукупність усіх блогів у мережі Інтернет.

Блогролл (blogroll) – список з посиланнями на інші сайти (наприклад, це може бути перелік "дружніх" сайтів чи цікавих блогів).

Лог (англ. *Log file*, від грец. *logos* — слово, смисл, думка, мова) – спеціальний файл, в якому накопичується зібрана службова та статистична інформація про події в системі (програмі).

Пости – записи у блозі.

Сайтбар (англ. *sidebar* – „бічна панель”) – панель (колонка) на сайті, розміщена праворуч або ліворуч та відділена від основного вмісту, в якій найчастіше розміщують навігаційне меню, список категорій, посилання, різноманітні рейтинги, контекстна реклама, а також лічильник відвідуваності сайту.

Система Дьюї – це десятинна система класифікації книг, розроблена в ХІХ ст. американським бібліотекарем Мелвілом Дьюї.

RSS – спеціальний формат, призначений для опису стрічок новин, анонсів статей, змін у блогах тощо; за допомогою RSS подається короткий опис нової інформації, що з'явилася на сайті і посилання на її повну версію.

Флейм – процес, що іноді виникає в Інтернеті, «словесна війна».

Флуд – повідомлення у форумах і чатах, що мають великий обсяг і не несуть корисної

інформації.

Підготовка та комп'ютерний набір: Мирослава Риж

Відповідальна за випуск: Лариса Лісова