

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Кухаренко В.М., Главчева Ю.М., Рибалко О.В.

Куратор змісту

Навчально-методичний посібник

За редакцією В.М. Кухаренка

Затверджено
редакційно-видавничою
радою НТУ «ХПІ»,
протокол № 2 від 23 червня 2016 р

Харків
НТУ «ХПІ»
2016

УДК 004.855
ББК 32.81
К 95

Видання підготовлено за підтримки Відділу преси, освіти та культури Посольства США в Україні. Погляди авторів не обов'язково збігаються з офіційною позицією уряду США.

Рецензенти:

О.М. Спірін, доктор педагогічних наук, професор, Інститут інформаційних технологій та засобів навчання Національної академії педагогічних наук України

О.І. Горошко, доктор соціологічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Авторський колектив:

В.М. Кухаренко, к.т.н., професор, Ю.М. Главчева, зам. директора НТБ,
О.В. Рибалко, інженер

Кухаренко В.М.

К95. Куратор змісту: навчально-методичний посібник / В.М. Кухаренко, Ю.М. Главчева, О.В. Рибалко; за заг. ред. В.М. Кухаренка. – Харків: «Міськдрук», НТУ «ХПІ», 2016. – 176 с.

ISBN 978-617-619-181-0

У навчальному посібнику розкриті причини появи нового напрямку діяльності дослідника – курування змісту, пов'язаного з обробкою великих обсягів інформації з мережі Інтернет, методика курування, необхідні навички, які повинні мати куратори для роботи з інформативними матеріалами Інтернет, та засоби для забезпечення користувача сучасними тематичними інформаційними матеріалами в різних сферах науки культури та життя.

Призначено для магістрів, аспірантів та докторантів, керівників навчальних закладів освіти, науково-педагогічних і педагогічних працівників вищих навчальних закладів.

Іл. 78. Табл. 5. Бібліогр. 84 назв.

ISBN 978-617-619-181-0

УДК 004.855

ББК 32.81

© В.М. Кухаренко, Ю.М. Главчева,
О.В. Рибалко, 2016

Вступ

Користувачі мереж Інтернет постійно знаходяться під постійним величезним потоком різноманітної інформації, що надходить із соціальних мереж [1]

Міжнародні експерти вказують, що в середньому

- 72 години відео завантажується на YouTube кожну хвилину;
- 340 млн. твітів транслюються щодня;
- 25 млрд. одиниць контенту створюються на Facebook щомісяця;
- а один день 250 млн. фотографій завантажується на Facebook, 103680 годин відео завантажується на YouTube і 294 млрд. листів відправляється;
- у 2010 році в пошуковій системі Google, було 1,2 зеттабайт цифрових бітів і байтів. Через рік обсяг інформації зріс експоненціально до 1,8 зеттабайт (зеттабайт – трильйон гігабайт, тобто $1,8 \cdot 10^{21}$);
- за два роки кількість користувачів сервісу Pinterest перевищило 10 млн., що робить його найперспективнішою швидкозростаючою веб-службою, завдяки якій кількість персональних відвідувачів у США досягла до 10 млн. щомісяця.

За аналогією із законом Мура, Розенбаум запропонував новий закон розвитку інформації [2], на підставі якого створення неструктурованого змісту буде подвоюватися кожні два роки, що призведе до зміни характеру споживання інформації.

Чотири варіанти отримання інформації згідно із теорією Закону інформації:

1. Інформація, що у вас є, не та, яку вам хотілося б отримати.
2. Інформація, яку вам хотілося б отримати, не те, що вам насправді потрібно.
3. Інформація, що вам насправді потрібна, вам недоступна.
4. Інформація, яка в принципі вам доступна, коштує більше, ніж ви можете за неї заплатити

На даному етапі користувач мережі Інтернет повинен уміти працювати з такими видами контенту [3]:

- Підкасти.
- Відео.
- Фото.
- Презентації.
- Теми форуму.
- Питання та відповіді.
- Дослідження та довгострокові форми змісту.
- Проекти і продукція.
- Відгуки про продукт.
- Патенти.

Велика кількість інформації в мережі Інтернет створює різні проблеми для користувачів [4]:

- інформаційні потоки продовжують зростати щодня;
- нові блоги, канали Twitter, джерела новин з'являються щодня;
- зростає кількість особистої інформації, яка відволікає;
- існує зростаюча кількість спаму;
- маркетинг або прес-релізи часто замасковані під блог;
- Twitter та інші соціальні медіа-канали містять велику кількість неперевіраних новин та історій, посилань на неякісний або навіть відсутній матеріал;
- іноді дуже важко відрізнити надійне джерело від спаму;
- титули авторів і мета-інформація часто вводять в оману;
- неможливо перевіряти новини 24 години на добу, сім днів на тиждень;
- відсутність навичок ускладнює пошук нових потрібних джерел інформації та новин тощо.

У більшості випадків користувачі звикли здійснювати пошук інформації в мережі Інтернет через Google або аналогічні йому системи пошуку інформації. На жаль, вони, як правило, дозволяють знайти окремі веб-сторінки з великою кількістю непотрібної інформації («шумом»), і не дають можливості користувачу організувати, відсортувати (відокремити) інформацію.

Умови експоненціального зростання кількості інформації в мережі й поява нових технологій зумовлюють необхідність уміти працювати з інформацією та використовувати її у повсякденному житті.

Відомий майстер новин у мережах (куратор змісту) Роберт Скобл [5] відзначає, що нові веб-платформи йдуть на зміну застарілим технологіям. Ніколи раніше не існувало технологій з можливістю спілкування миттєво мільйонам людей. Новини на Twitter поширюється швидко, і новинні організації регулярно їх використовують, Twitter є заміною Асошіейтед Пресс.



Роберт Скобл створив собі ім'я як один з провідних технологічних блогерів планети. Він стояв біля витоків Apple, вчився разом зі Стівом Возняком, був технологічним євангелістом Microsoft, причому на зарплаті. Скобл відомий як один з кращих футуристів і прогнозистів Силіконової Долини. Його блог – Scobleizer – є повноцінним ЗМІ про нові технології.

Скобл зазначає, що середній користувач важко сприймає можливість перегляду інформації в режимі реального часу, такі потоки надто глибокі й неосяжні для нього. Це спричинило появу «соціальних авторитетів», які можуть курирувати цінну та дефіцитну інформацію.



«Куратор інформації – це хімік. Він змішує атоми для створення інфо-молекул, підвищуючи цінність цієї молекули».
Скобл.

Успішне курирування вимагає цінних джерел інформації в Інтернеті, які створюють люди. Чим більш широка Ваша мережа, в яку входять найкращі експерти, агрегатори, тим вищою буде Ваш рівень курирування.

Веб-інструменти, що допомагають куратору систематизувати інформацію в режимі реального часу, забезпечують перевагу в курируванні змісту. Чим кращий інструмент, тим вищу якість можна забезпечити.

1. КУРАТОР ЗМІСТУ. ВИЗНАЧЕННЯ

1.1 Куратор змісту

*Ми занурюємося в інформацію та
задихаємося від нестачі знань.
Джон Нейзбітт*

Останнім часом (з 2008 року) в мережі Інтернет з'явилися спеціалісти користувачі, яких називають «кураторами змісту» (content curator) або «майстрами новин» (master news). Термін куратор змісту використовується в музейній справі, в Україні таких людей називають мистецтвознавцями або експертами.

Музейні куратори [6] не створюють контент, вони тримають руку на пульсі тенденцій, прислухаються до того, що гості обговорюють, і знаходять такі ресурси, які добре резонують з інтересами відвідувачів. Вони шукають артефакти, пов'язані з вибраною темою, й організують тематичні виставки.

Сучасні інформаційні технології дозволяють будь-якому користувачеві Інтернет бути куратором різного кваліфікаційного рівня в залежності від теоретичних і практичних навичок. Професійні навички курирування дозволяють уникнути інформаційного перевантаження.

Куратор змісту – це користувач мережі, який постійно контролює стан мережі, збирає, фільтрує, обробляє інформацію по заданій темі, структурує, організує її зберігання й коментує її значимість для інших користувачів мережі.

Можна навести інші визначення курирування змісту. Ось як експерти визначають курирування змісту [7].

1. Курирування змісту – це процес збору контенту, створеного іншими й цінного для вашої аудиторії та публікація його на вашій платформі (Michael Brenner).

2. До курирування змісту належить вибір контенту, створеного іншими користувачами мережі, для пред'явлення співтовариству (С. Charman).

3. Курирування змісту – це процес вибору достовірної інформації відповідно до потреб читачів на певну тему фахівцем рівня редактора або куратора музею. Курирування змісту потрібно більше, ніж просто вибір інформації. Це монтаж, категоризація, коментування та подання кращого контенту (Heidi Cohen).

4. Куратор змісту – це той, хто постійно знаходить, групує, організовує й поширює найкращий і надійний зміст з конкретного питання. Це людина, яка є експертом предметної області й підвищує цінність процесу. Хороший куратор змісту постійно й послідовно знаходиться на вершині тематичної області в якості надійного ресурсу для аудиторії, вибирає й коментує найкращий і актуальний зміст. Куратор фокусується на конкретному питанні (Pawan Deshpande).

5. Хороші куратори змісту знаходять, фільтрують і представляють контент своїй аудиторії в такому вигляді, який є актуальним і корисним для користувача (Barry Feldman).

6. Курирування змісту – це відбір і спільне використання контенту в даній аудиторії, починаючи з агрегації (як правило, автоматизованої) курирування (ручне або напівавтоматичне) та закінчуючи аналізом (Barry Graubert).

7. Курирування змісту – це процес визначення адекватного змісту по темі, просіювання й сортування до такого стану, який буде забезпечувати найбільшу інформаційну цінність для вашої аудиторії (Kelly Hungerford).

8. Курирування змісту – це процес знаходження кращого й релевантного контенту для аудиторії, для обміну з учасниками досвідом (Dave Kerpen).

9. Курирування змісту – це спосіб дивитися на світ очима експерта (Michael Kolowich).

10. Курирування змісту – це агрегація та узагальнення конкретного онлайн-контенту. Це часто означає сортування великих обсягів інформації й публікація її для вашої аудиторії у структурованому вигляді (Arnie Kuenn).

11. Курирування змісту використовує стратегію й судження для складання, спільного використання та розповсюдження контенту з різних джерел для обраної аудиторії (Rebecca Lieb).

12. Курирування змісту – це просто відповідна фільтрація вмісту соціальних каналів і додавання коментарів до нього для певної аудиторії (Jason Miller).

13. Курирування змісту – це процес сортування великої кількості контенту в мережі та представлення його користувачам (Neil Patel).

14. Курирування змісту – це організація та подання зовнішнього, цінного змісту предметної області для певної групи користувачів у привабливому вигляді (Joe Pulizzi).

15. Курирування змісту – це процес використання технологій для виявлення джерел змісту, які потім куратор фільтрує до редакційної значущості для обраної аудиторії, а потім розміщує в мережі і зберігає цю інформацію в часі (Nate Riggs).

16. Курирування змісту – це процес пошуку, організації та анотування змісту. Курирування використовує інструменти обробки природної мови для фільтрації контенту на основі ключових слів, до яких потім додаються власні ідеї, проводиться аналіз та спостереження до анотацій оригінального контенту (Jake Sorofman).

17. Курирування змісту – швидкий простий спосіб переконатися, що ви ніколи не закінчите працювати зі змістом (Waynette Tubbs).

Курирування не має нічого спільного з особистою думкою, зі збором посилань, приміток у соціальних мережах або блогах, які можуть бути цікавими. Курирування допомагає вашій аудиторії зануритися в сенс конкретної теми, питання, події або новини. Це збір і пояснення, що ілюструють різні точки зору і їх сутність.

Куратори повинні бути скептиками, повинні бути обережними у використанні недостовірної інформації. Необхідно швидко реагувати на

новини, але не миттєво реагувати на перші публікації.

Курирування новин у реальному часі – це мистецтво знаходження, агрегування, фільтрації, відбору та перевидання високоякісних новин по конкретній темі або для конкретної аудиторії, висвітлення проблеми [4].

Збереження змісту (content curation) це процес категоризації великої кількості контенту й подання її в організаційній функції для конкретної предметної області (ніші). Особливо ця робота важлива при організації МООС, яка повинна базуватися на новітній інформації, яка ще не пройшла етап узагальнення. Саме тут важливу роль відіграє якість інформації, і куратор робить цей процес обробки прозорим та якісним.

Курирування змісту є однією з форм маркетингу змісту [8]. Воно включає в себе збір змісту, що має відношення до вашої ніші, додану вартість у вигляді особистих думок і досвіду. Чим більше змісту в мережі, тим більше організація повинна взяти на себе роль її осмислення.

Курирування змісту [9] – акт постійного виявлення, відбору та поширення кращого й релевантного он-лайн-контенту та інших інтернет-ресурсів по конкретній темі, щоб відповідати потребам конкретної аудиторії.

Цифрове курирування, можливо, буде новою діяльністю вчених у галузі вищої освіти, але необхідно при цьому розглянути такі питання:

- які навички необхідні для ефективних кураторів змісту?
- як куратори повинні готуватися до цієї діяльності?
- як готувати системи в різних навчальних установах (системи управління навчанням, обладнання, програмне забезпечення доступності і т.д.) для підтримки вчених у їх творчості?

З появою сервісу RSS кожна людина стає куратором, підписавшись на бажані джерела, канали й читаючи те, що їй подобається. Але багато RSS-каналів містять особисту інформацію, що вимагає серйозної уваги й часу.

Блогери були першими, хто почав давати нові незалежні джерела інформації, альтернативні думки, посилання на нові способи розгляду актуальних питань.

Блоги – початковий етап складного й упорядкованого процесу, за допомогою якого людство в цілому бере під свій контроль фільтрацію, збір і реорганізацію інформації.

Перший шар курирування – це те, що ми отримуємо з блогів, соціальних мереж та інших незалежних джерел. Ці матеріали можуть бути дуже цінними для користувача та зможуть кожному організувати та відчути інформацію та значно скоротити час на її пошук. Але без системного підходу це виглядає трохи хаотично.

Використання блогів замало для повноцінного курирування з кількох причин, якщо [4]:

1. Зміст організовано спонтанним і несподіваним чином.
2. Потрібно слідкувати за багатьма джерелами, щоб бути у змозі виявити цікавість та важливість новин.
3. Неможливо уникнути надмірності змісту новин.

4. Деякий зміст інформації змішується з особистим змістом.
5. Зміст часто вирвано з контексту й він не може бути зрозумілим без першоджерела.
6. Важко виявити першоджерела після перепосилання блогу або перейменування матеріалу.

Тому наступним кроком стало автоматичне курирування змісту за допомогою соціальних сервісів, наприклад, [rarer.li](#), [Google News](#). Це була суттєва допомога для куратора, але інформація все одно вимагала персоналізації.

Таким чином [6]:

1. Кількість цифрової інформації, яка доступна, вражає і знайти те, що вам потрібно в Інтернеті стає все більш складним завданням.
2. Ті особи, які у змозі знайти інформацію й донести її до цільової аудиторії, яка працює з такою інформацією, мають величезну цінність.
3. Кількість інформативних даних і необхідність знайти людину, щоб курирувати їх, зростає з кожним днем.

1.2 Кроки куратора змісту

*Людина компетентна - це та, яка помиляється за правилами.
Поль Валері, майстер
філософської лірики*

Курирування змісту складається з трьох кроків [10].

Відкриття. Для того щоб курирувати зміст, ви повинні мати, чим поділитися в першу чергу. На стадії відкриття ви знайдете зміст, яким можна поділитися з аудиторією.

Аналіз. Це етап, коли ви вирішите, що щось дійсно гідне обміну. Це дуже суб'єктивно. Але ви куратор. Ви самі вирішуєте, що є правильним для Вас і Вашої аудиторії.

Курирування. Це етап, коли ви насправді виділяєте зміст, який вважаєте за потрібне для спільного використання.

Але обмін контентом може йти в багатьох формах, і можна зустріти багато різних платформ, на різних носіях, особливо в умовах маркетингу.



*Наш час часто називають Інформаційною Епохою, але ніхто не називає його Епохою Знань. Інформація і знання – це не одне й те ж. Щоб інформація стала знанням, її треба спочатку обробити: отримати, відсортувати, проаналізувати, інтегрувати і зберегти.
Роберт Чалдіні «Психологія впливу»*

1.3. П'ять законів курирування

*Володіння інформацією – далеко не все.
Інша річ, коли ти повністю розумієш її і
знаєш, як нею можна розпорядитися.
Джеффри Ліндсей*

Перший закон: Люди не хочуть великої кількості інформації. Суспільство перевантажено нефільтрованими, контекстно-вільними даними. Люди хочуть, щоб це припинилося.

Другий закон: Куратори бувають трьох типів. Є куратори-експерти, куратори-редактори, які керують колекціями публікацій та сайтами й захоплені куратори, які люблять свою конкретну галузь.

Третій закон: Курирування це не хобі, це професія й покликання. Куратори повинні бути частиною формування екосистеми і їх праця повинна оплачуватися. Економічна база необхідна й неминуча.

Четвертий закон: Курирування вимагає технологій та інструментів для пошуку, фільтрації та перевірки змісту в режимі реального часу. Курирування не може здійснюватися тільки людиною або програмою.

П'ятий закон: Курирування у вузьких, цілеспрямованих, високоякісних категоріях з'явиться, щоб конкурувати з мас-медіа.

1.4. Колекціонування або Курирування?

*Як правило, найбільшого успіху досягає той,
хто має у розпорядженні кращу
інформацію.
Бенджамін Дізраелі*

У процесі курирування здійснюється збір і зберігання (колекціонування) змісту. Що таке колекціонування і як це виконати, як правило, всім зрозуміло. У чому полягає курирування видно з таблиці 1.1 [11].

Колекціонування та Курирування

Таблиця 1.1

Критерії	Колекціонування	Курирування
Рівень роздумів	Класифікація	Критичне мислення – синтез - оцінювання
Процес	Критичне мислення – синтез - оцінювання	Підібране читання, синтез, інтерпретація, оцінка для теми та контексту; корисність, дисципліна і тривалий процес створення вимог

Організація - як ресурси зв'язані разом	Тематичне	Тематичне й контекстне - реальний світ і приклади
Цінність	Персональний інтерес - цінність для колекціонера. Кількість.	Навчальна мета - цінність для колекціонера і студента. Якість.
Доступність матеріалів	Не обов'язково відкривати	Анотовані й опубліковані, доступні для широкої громадськості, відкриті

Як приклад, можна розглянути блог «Іграшка як механізм впливу на розвиток особистості дитини!» [12].

1.5. Типи курирування

Розрізняють такі типи курирування [6]:

- **Соціальні мережі:** у своїй найпростішій формі, курирування змісту є обмін контентом у соціальних мережах.
- **Агрегація:** збір та обмін відповідним змістом. Вона звільнює окремого працівника від необхідності шукати зміст. Alltop автоматично агрегує контент.
- **Фільтрація:** відбір найбільш актуальної й цінної інформації.
- **Тренди:** перевага широким тенденціям, а не змісту.
- **Колажі:** об'єднання двох або більше пов'язаних елементів контенту, щоб сформувати нове повідомлення.
- **Часові шкали:** організація контенту в хронологічному порядку, щоб показати еволюцію ідеї.

1.6 Переваги курирування змісту

*А таємниця Атлантиди так і залишиться таємницею.
Частково цим вона й приваблива. Адже що є таємниця,
як не відсутність інформації, яку дуже хочеться дізнатися?
Геннадій Ульянов. «Шукачі пригод в Новому Світі»*

Основні переваги курирування для користувачів:

- Заощаджує масу часу. Користувачі можуть підписатися на певні новини в концентрованому вигляді.
- Гарантії в тому, що будеш залишатися в конкретній темі постійно.
- Забезпечує надійність джерела інформації.
- Дозволяє постійно відкривати нові джерела новин.
- Забезпечує канал, в якому різноманітність думок цінується найбільше.

- Створює довірчі відносини з куратором.
- Створює багато цінних інформаційних каналів.

Основні переваги курирування для куратора:

- Збільшує авторитет куратора за конкретною темою.
- Перевага SEO
- Підтримує бізнес та альтернативні моделі монетизації.
- Відкриває нові можливості діяльності, дозволяє заощадити час й енергію.
- Допомагає масштабувати систему, забезпечує високу якість і релевантність змісту, доступність для великої кількості людей.
- Допомагає тим, хто дійсно зацікавлений в інформації з конкретної області.

Переваги курирування змісту для комерційних структур [8]:

- Ефективний збір інформації для зацікавлених осіб.
- Зростання усвідомлення своєї діяльності в бізнесі.
- Збір та обмін контентом з впливовими членами спільноти, допомагає визначити напрямки розвитку.
- Збір для лідерів оригінальних ідей і знань у певній галузі.
- Акцент на унікальність вашого бізнесу під вашим контролем.
- Дозволяє розповідати цікаві історії про успіх вашого бізнесу клієнтам.
- Містить матеріал, який визначає перспективи.
- Надає матеріал для різних акцій, клієнтів, співробітників, журналістів і блогерів промисловості.

І додаткові переваги курирування: [13]

1. Поліпшення підготовленості персоналу. Хороші куратори можуть визначити й виділити необхідний зміст.
2. Поліпшення якості керівництва. Якщо ваша організація курирує зміст за конкретною темою, це може допомогти з брендингом вашої організації.
3. Нові джерела змісту. Куратор становить основу вашої піраміди стратегії змісту. Курирування змісту може допомогти збільшити "термін зберігання" (актуальність) змісту.

Ось кілька переваг курирування змісту [10]:

- Прояснити. Уточнення і прояснення різноманітної або сумнівної інформації є дуже цінною послугою, яку ви можете надати для вашої аудиторії.
- Забезпечити цінність.
- Зміцнити довіру. Надаючи аудиторії якісний контент, ваш або чужий, ви формуєте довіру.
- Заявити себе в якості лідера.
- Поліпшити SEO.

Ключові причини важливості кураторів змісту в навчанні [14]:

1. Перелік інформації, яку необхідно організувати.

Студента необхідно навчити вчитися, щоб він знав, де шукати інформацію й що є актуальним для навчання або досягнення певної мети. Саме тому цифрова грамотність має таке велике значення. Вона забезпечує інструменти для оцінки, фільтрації і впорядкування інформації найбільш ефективними способами.

2. Зростає число відкритих ресурсів.

Кількість відкритих ресурсів для навчання зростає і студентам знадобляться рекомендації з вибору найбільш якісного ресурсу для ефективного досягнення своїх цілей.

3. Світ інформації зі статичного перетворюється на динамічний.

Кількість і складність доступної інформації швидко зростає, найчастіше старі поняття змінюються, тому важливо:

- спрямовувати зусилля на пошук, моніторинг та оновлення, які є найбільш актуальними «джерелами інформації»;
- оснащувати студентів інструментами, для виконання таких завдань.

Куратор змісту використовує ці навички й підходи для досягнення своїх цілей. Ось чому навички курирування, ймовірно, будуть ключовими рисами майбутніх викладачів.

4. Підготовка студентів до реальної роботи.

У той час як академічний світ від початкової школи до університетів в основному організований навколо теорій, реальний світ являє собою складну мережу ситуацій. Курирування вносить у навчання елементи підготовки до реальної роботи, показуючи нові відносини між різними інформаційними елементами.

5 Курирування – новий пошук.

Результати пошуку стають все більш незадовільними, оскільки вони містять велику кількість «шуму», достовірність якого складно перевірити. Іншими словами, дослідники, викладачі та керівники все частіше воліють звертатися до довірених кураторів з конкретних галузей інформації, а не покладатися на традиційний пошук.

6. Ринок праці швидко змінюється.

Факт: (у США) 17 млн. випускників коледжів посідають робочі місця, які не вимагають вищої освіти [15]. Це «більше 30 відсотків випускників коледжів у США». Курирування змісту пропонує практичні підходи тренування нових навичок для студентів.

Альтернативні системи сертифікації. Альтернативні системи сертифікації можуть демонструвати й оцінювати навички людини без необхідності відвідувати навчальні курси, платити за навчання та нові підручники, за іспити. Вартість навчання для сертифікованих навчальних програм дуже висока, у той час як істинне значення цих курсів на ринку праці продовжує швидко зменшуватись.

Для розвитку організацій доцільно переходити від навчання та сертифікації до:

- курирування талантів;
- курирування освітніх ресурсів;
- формуванню навичок куратора змісту.

8. Вчителі та викладачі можуть тепер курирувати свою сферу інтересів.

Викладачі та тренери, сьогодні починають курирувати свої навчальні ресурси за рахунок використання як кількості відкритих навчальних матеріалів в Інтернеті, так і зростаючого числа інструментів.

9. Ринок освіти відкрито для конкурентів.

Сьогодні існує велика кількість вільних і доступних цифрових інструментів, веб-сервісів і додатків для створення, пошуку, редагування та публікації курсів, навчальних посібників, довідників з будь-якої теми. Куратори змісту можуть отримати репутацію фахівця з виявлення, відбору та організації кращих відкритих ресурсів для конкретних потреб.

Хтось повинен буде зібрати, організувати величезну кількість відкритих навчальних курсів і навчальних матеріалів через створення методу навчання для конкретної аудиторії або потреб.

10. Зростаючий попит на надійне керівництво в навчанні та у змісті навчальних програм.

Коли освітні пропозиції стають широкими, зростає необхідність знайти відповідні та надійні ресурси. Тому стає важливим пошук і вибір якісних відкритих освітніх ресурсів.

Curata в 2012 році, обстеживши більше ніж 400 маркетологів [16], виявила, що переважна більшість використовують курирування змісту як ключовий компонент своєї стратегії маркетингу. Справді, 95 відсотків респондентів заявили, що вони виконують функції куратора змісту протягом останніх шести місяців хоча деякі робили це несвідомо, оскільки вони не були знайомі з цим терміном.

Ось деякі з ключових висновків дослідження:

- 56% маркетологів, які брали участь в опитуванні, повідомили, що пошук якісного контенту найбільша проблема маркетингу змісту. Маркетологи дивляться на курирування змісту як спосіб пошуку цінної та актуальної інформації серед хаосу.
- Близько 85% опитаних заявили, що головною метою курирування змісту була проблема лідерства. Надаючи якісний контент, бренди можуть позиціонувати себе в якості лідерів у їх просторі. Після цього встановлюються довірчі відносини з клієнтом, з'являються перспективи.
- Соціальні платформи, такі як Facebook і Twitter, це спосіб отримання новин за запитом. Люди все частіше покладаються на соціальні медіа в якості ресурсу для своєчасної та актуальної інформації. Соціальні медіа інструменти стають усе більш популярними, допомагаючи маркетологам визначити правильні джерела та знайти відповідний зміст. Близько 79% опитаних

маркетологів вказують на соціальні медіа як на бажані служби пошуку новин.

- Соціальні медіа стали засобом поширення контенту в Інтернеті й одним з ефективних каналів для маркетологів. Завдяки курируванню змістом, маркетологи можуть швидко й легко отримати інформацію в соціальній сфері.
- 65% респондентів вказують на підвищення SEO в якості однієї з основних цілей курирування змісту.

1.7. Курирування – інструмент пошукової оптимізації

Курирування змісту стає потужним інструментом для пошукової оптимізації (SEO) з кількох причин [17]:

1. Ефективність. Списки відповідних ресурсів у поєднанні з коротким описом дозволяють надавати зміст за менший час і з меншими витратами інвестицій.

2. Ефект «довгого хвоста». Надаючи посилання на цільовий контент і менш популярні веб-сайти, ви збільшуєте свою видимість для тих, хто працює з низькою ймовірністю пошуку.

3. Влада. Надання цільового контенту – це сигнал, що ви є експертом у темі. З часом це, у свою чергу, генерує посилання на початковий зміст.

4. Бачення. Коли ви додаєте контент на вашому сайті, на додаток до вигод SEO, ви починаєте експорт трафіку на інші сайти, щоб допомогти відповісти на запитання відвідувачів. Власники цих сайтів помітять це й почнуть посилатися на ваш сайт.

5. Своєчасність. Google включив «свіжість» інформації як частину свого алгоритму пошуку. Курирування дозволяє забезпечити постійний потік свіжого контенту, що є найбільшою проблемою маркетолога.

Контрольні питання

1. Проаналізуйте наведені визначення терміну «куратор змісту». Поясніть, чим вони відрізняються один від одного.
2. Яку роль відіграють закони курирування в діяльності куратора змісту?
3. Проаналізуйте переваги курирування для користувачів та розставте їх за особистим рейтингом. Поясніть свій рейтинг.
4. Наведіть приклади використання курирування змісту в навчанні.
5. Як ви бачите використання курирування змісту в комерційних структурах.

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ТА КОМПЕТЕНЦІЇ КУРАТОРА

2.1 Функції куратора змісту

*Так звані аналітичні здібності нашого розуму самі по собі мало доступні аналізу. Ми судимо про них тільки за результатами.
Едгар Аллан По. «Вбивство на вулиці Морґ»*

Куратор змісту виконує такі функції [18]:

- шукає новий відповідний зміст і нові джерела;
- інтегрує посилання;
- перевіряє першоджерела;
- класифікує дані з використанням метаданих;
- фільтрує вхідний зміст;
- додає вступ для конкретної аудиторії;
- коментує текст для його розуміння;
- оптимізує й редагує назви;
- форматує зміст;
- вибирає й додає відповідне зображення;
- пропонує напрацювання інших кураторів;
- дає поради та інформацію з краудсорсингом.

Якщо ви вирішили стати куратором змісту, рекомендується [19]:

1. Читати коментарі до повідомлень і статей.
2. Дослідити зміст не тільки у своєму напрямку, але й у паралельних напрямках.
3. Першим прокоментувати статтю або блог.
4. Брати участь у дискусіях і бесідах.
5. Вивчати інструменти куратора змісту.

Крім цього необхідно відповідати на такі питання:

1. Хто є куратором змісту? У рамках компанії взяти на себе роль куратора змісту можуть редактори, менеджери або інші працівники, які витрачають багато часу на взаємодію з іншими людьми в Інтернеті і стикаються з великою кількістю інформації.

2. Що включає процес курирування змісту? Куратор змісту буде використовувати метод архівації цікавої та корисної інформації, зберігати посилання, що відповідають їхньому бізнесу. Наприклад, посилання може зберігатися як база даних або документ Word, або з використанням такого інструменту як Evernote (записна книжка).

3. Де куратор змісту ділиться інформацією? Після того, як куратор вирішив, що зміст гідний для обміну, він може поділитися зі співтовариством, як правило, через блоги та соціальні медіа.

4. Коли ділитися змістом? Курирування змісту можна робити щомісяця, щотижня або навіть щодня. Це буде залежати від куратора й компанії.

5. Як я дізнаюся про доцільність ділитися змістом? Основним вирішальним чинником буде час і простір. Виберіть те, що краще для вас.

- Ви хочете написати (створювати) контент?
- Чи буде вашим колегам це подобатись?
- Чи буде ваше співтовариство бачити сенс у цьому?
- Вашому бізнесу це треба?
- Чи є спірні теми у вашій галузі?
- Чи буде це провокувати продуктивне обговорення?
- Чи буде цей зміст породжувати дискусії?

6. Чому куратор змісту? Курирування змісту підсилює співтовариство, надаючи різні думки та ідеї, спрямовані на навчання.

Куратор повинен додавати цінність і нові властивості [20,21] у різних формах:

- **Підбивання підсумків.** Читач може оцінити доцільність знайомства з матеріалами.
- **Оригінальність.** Робота куратора це не просто компіляція зовнішнього змісту.
- **Достовірність.** Перевіряє достовірність і надійність інформації.
- **Компетентність.** Є експертом з конкретної теми.
- **Синтез.** Може ефективно синтезувати, узагальнювати інформацію.
- **Визначення шаблонів.** Бачить історію моделі, розробок і пов'язаних з ними елементів.
- **Коментування.** Додає коментарі, думки й замітки.
- **Візуалізація.** Ілюструє, візуалізує, підтримує візуальні дані.
- **Реферування.** Додає посилання, ресурси.
- **Контекст.** Куратори повинні розміщувати новини в контексті, посилання на довідкові матеріали й більш ранній зміст у відповідності з конкретними інтересами аудиторії.
- **Організація.** Зіставляє види, групи і знаходить відносини між різними фактами.
- **Класифікація.** Додає відповідні метадані, наприклад, теги.
- **Формування довіри.** Будує відносини, що ґрунтуються на довірі аудиторії.
- **Розширення теми.** Розкриває зв'язки в інформації.
- **Розширення часу.** Ідентифікує й пов'язує відповідні минулі історії.
- **Сенс рішень.** Допомогає читачам побачити загальну картину через різноманітність точок зору і джерел.

2.2 Основні вміння та навички куратора

Насправді люди пам'ятають набагато більше, ніж говорять іншим.

І не з шкідливості або злого умислу замикаються - просто вони й самі не усвідомлюють, що володіють необхідною інформацією.

Павло Корнєв «Чорний полудень»

Кількість інформації з кожним днем стає все потужнішою й більш

насиченою. Тому куратору необхідно в себе формувати такі прості навички [22].

1. Уміння контролювати інформаційні потоки

Крок перший. Визначитись з тим, яка інформація необхідна для особистого зростання. Врахувати свої індивідуальні особливості і приймати тільки ту інформацію, яка може бути максимально корисною в роботі, дозвіллі, хобі. Усе зайве – пропускаємо.

Крок другий. Скласти карту своїх інтересів. Це допоможе приділяти увагу тільки тій інформації, яка максимально відповідає смакам і способу життя. Світогляд, звичайно корисний, але складно бути компетентним у всьому. Може бути, якихось питань досить торкнутися лише поверхово, не витрачаючи час й інтелектуальні сили на більш глибоке вивчення?

Крок третій. Після визначення з картою ключових інтересів, скласти список ресурсів та інформаційних потоків, де можна знайти інформацію адекватну запитам (інтересам).

2. Уміння перевіряти факти

Крок перший. Завжди залишатися скептиком. Згадувати слова Чацького «Чини людьми даються, а люди можуть бути обдуреними». Перевіряти факти. В умовах безперервних інформаційних воєн можна непомітно для себе, опинитися втягнутим до бою. Не дозволяйте себе дурити.

Крок другий. Оцінити практичну складову інформації. Якщо не можна відповісти на питання «А що мені дасть ця інформація?», можливо, слід зовсім відмовитися від неї?

Крок третій. Оцінити корисність цієї інформації, виставити оцінки кожному матеріалу, статті, висловам. Критерії якості визначати самостійно. Це дозволить досить швидко оцінювати корисність матеріалу.

3. Уміння контролювати свій час.

Крок перший. Зловити свій ритм життя. Визначити активні й пасивні фази протягом дня й у відповідності з цими фазами скласти режим дня. Іноді в організмі й мозку виникають розбіжності, це призводить до великої кількості стресових ситуацій. Ловити гармонію.

Крок другий. Вчитися делегувати. Якщо є хтось, хто зможе виконати справу ефективно, сміливо довірити роботу йому.

4. Уміння швидко читати.

Читання і раніше посідало величезне місце в діяльності людини. Швидке читання дозволяє нам швидше засвоювати інформаційні потоки і значно економити час. Навичка швидкого читання можна застосувати не тільки до читання книг. Воно застосовується взагалі до всіх текстових матеріалів, будь то стаття, книги або листування електронною поштою.

5. Знання іноземних мов.

6. Уміння робити щось своїми руками.

7. Уміння використовувати соціальні мережі.

Ця навичка перегукується з першими двома, але оскільки соціальні

мережі сьогодні являють собою абсолютно окреме явище, їх вплив на нас з кожним днем дедалі відчутніший. Як оволодіти цією навичкою?

Крок перший. Оволодіти культурою постингу. Можна помітити, скільки непотрібного контенту вивалюється в стрічки соціальних мереж. На жаль, боротися з цим ми не можемо, тому необхідно починати з себе. Слідкувати за тим, що ви постингуєте. Наскільки корисна ця інформація іншим людям? У гонитві за лайками ми просто закопуємо в могилу чистоту й зрозумілість інформаційного простору. Не потрібно так робити.

Крок другий. Оскільки соціальні мережі – це, у першу чергу, інструмент, необхідно розуміти завдання кожної з них. Враховувати специфіку соціальних мереж. Ввести розподіл мереж за завданнями.

Крок третій. Соціальні мережі – один з найбільш ненажерливих тайм-кілерів. Тому виділити в день певні проміжки часу для постингу й розбору повідомлень. Це заощаджує багато часу, що дозволить присвятити себе більш корисним речам.

До того ж, певний режим привчить читачів до того, коли можна чекати від куратора нових матеріалів.

Крок четвертий. Треба любити читачів і намагатися їм відповідати на їхні запити. Цікавитись їх думкою і тим, що відбувається з ними.

Ми живемо в інформаційному суспільстві, але не можна сказати однозначно – благо це чи інформаційна чума. Суспільство буде таким, яким ми зробимо його самі. Якщо кожен буде щодня практикувати ці нескладні навички, з часом світ стане трохи кращим, а життя – продуктивнішим, кориснішим і цікавішим.

Основні навички куратора викладені в роботі [23]:

1) Дослідницькі навички:

- Ідентифікація ресурсу. Пошук і виявлення ключових надійних джерел новин. Вони можуть включати в себе окремі блоги або новинні сайти, а також набори цілеспрямованих пошукових запитів і складну фільтрацію з конкретних питань, тем, ключових слів.
- Он-лайн пошук. Створення складних запитів пошуку в будь-якому великому домені, використовуючи логічні оператори. Формулювання запиту на різних рівнях і в різних базах даних.

2) Нові навички медіаграмотності:

- Виявлення й розпізнавання цінної інформації і фільтрація від спаму, штучно створеного змісту, політичної й бізнес-пропаганди. Фільтрація недостовірної інформації – це здатність зоставити ключові питання, проводити аналіз.
- Інтернет співпраця. Вільне використання в режимі реального часу інструментів для спільної роботи, таких як Skype, Google Docs, карти пам'яті. Розвиток мережі власних джерел та учасників, які можуть допомогти поліпшити якість й охоплення курированого каналу.

3) Навички спілкування:

- Написання якісного тексту, звітності, аналізу, інтерв'ю. Використання багатой і кваліфікованої лексики у предметній галузі.
- Представлення інформації в найбільш ефективній, чіткій і зрозумілій формі. Знайомство з дизайном, версткою.
- Візуалізація. Здатність організувати, представляти й поширювати повідомлення через візуальні засоби зв'язку.
- Слухати й реагувати на зауваження, пропозиції та зворотний зв'язок з читачами.
- Маркетингові комунікації. Адаптація, налаштування повідомлень, мови і словникового запасу для задоволення якомога ширшої аудиторії.
- Бути унікальним. Мати особистий, унікальний редакційний «голос» і характер. Вибирати тільки ексклюзивну, високої якості та рівня, інформацію.

4) Навички редагування:

- Вибір окремих історій для курирування. Розробляти й постійно модифікувати чіткі критерії для прийняття рішення про те, що включати, а що ні в курирування. Зменшувати кількість шуму у змісті інформаційного матеріалу.
- Контекстуалізація. Сприяти розумінню цінності колекції шляхом надання контексту або довідкової інформації. Контекст також може бути збільшений шляхом організації, зіставлення, класифікації, створення тегів й інших історій і точок зору.
- Реферування. Надання роз'яснювальних посилань для нових і технічних термінів, подій, людей, які можуть бути не знайомі читачеві.
- Цитування. Приділяти увагу всім джерелам, спискам літератури, авторам, які використані у створенні колекції. Наявність посилань на цитовані джерела завжди забезпечує цінність для читача, можливість для подальшого вивчення, робить його надійним і достовірним джерелом.
- Скорочення довгих історій.
- Оновлення. Курирований зміст завжди повинен оновлюватися й відповідати сучасним вимогам.

5) Семантичні навички:

- Організація та класифікація. Використовувати до створених матеріалів відповідні категорії ключових слів і, при необхідності, метаданих для повторного використання. Це типові інформаційні навички бібліотечних працівників.
- Розпізнавання. Виділення різних структур та їх об'єднання в одному документі для створення цілісності.
- Сенси. Аналіз інформації для виокремлення й визначення

ключової цінності та актуальності для цільової аудиторії, безперервне, постійне уточнення й реорганізація в нових значущих відносинах.

- SEO. Розуміння цінності ключових слів і змісту для пошукової оптимізації.

6) Соціальні навички:

- Соціальні мережі. Побудова довірчих відносин з лідерами і предметними експертами для отримання допомоги та підтримки.
- Участь. Конструктивне ставлення до запитів аудиторії, їх побажань і пропозицій.

7) Інформаційно-бібліотечні навички:

- Організація та зберігання інформаційних потоків, колекцій для майбутнього використання.

8) Технічні навички:

- RSS і технології реального часу – Twitter, Seismic Tweetdeck, соціальні закладки та соціальні інструменти моніторингу, а також деякі основні компетенції в тегах HTML.
- Встановлення та налаштування каналів для розподілу змісту на кілька соціальних мереж та інших каналів поширення контенту.

Крім цього, куратор змісту високої кваліфікації повинен володіти такими якостями [24]:

1. Абстрактне мислення. Здатність переводити великі обсяги даних в абстрактні поняття й розуміти їх в ході міркувань; це інформаційна грамотність – аналіз й організація даних для розуміння.

2. Трансдисциплінарність. Грамотність і здатність розуміти концепції з декількох дисциплін.

3. Когнітивне управління навантаженням. Здатність розрізняти й фільтрувати інформацію за важливістю та розуміти можливості посилення когнітивних функцій з використанням різних інструментів і методів;

4. Соціальний інтелект. Можливість підключення до інших спільнот, стимулювання реакції й бажану взаємодію.

5. Адаптивне мислення. Наслідок етапів синтезу та оцінки в процесі курирування.

6. Проектне мислення. Здатність розвивати завдання й робочі процеси для отримання бажаного результату; базується на принципах проектування (методологія, генерація ідей, нові рішення, удосконалення).

7. Кроскультурна компетентність. Здатність працювати в різних культурних середовищах.

8. Віртуальне співробітництво. Здатність продуктивно працювати в якості члена віртуальної команди.

Важливість курирування змісту можна побачити на прикладах [6]:

- Світ, де будь-яка людина може створювати й ділитися інформацією, знижує нашу потребу у створенні контенту, важливіше знайти потрібний контент. Фахівці будуть усе більше

функціонувати як куратори змісту для підтримки продуктивності шляхом підключення наявних ресурсів як внутрішніх, так і зовнішніх.

- Сьогодні з'являються відкриті дистанційні курси, створені в різних LMS. Викладачі – куратори змісту – можуть курирувати ці ресурси й рекомендувати їх студентам, залежно від цілей.
- Організації починають цінувати переваги мережевої робочої сили та соціальне використання мережевої інформації. Куратор змісту може виявляти тенденції в дискусіях, навчанні фахівців у рамках всієї організації.

2.3 Ефективність курирування

Я пошлю туди одного з найкращих своїх людей. Джон завжди знаходить потрібну інформацію, хоча нічого в ній не розуміє.

Шерлок (Sherlock)

Що таке гарне й погане курирування? Можна використовувати таке порівняння [25]

Гарне курирування	Погане курирування
Трансформація	Імітація
Ремікс	«Виріж і скопіюй»
Багато джерел	Мало джерел
Дослідження	Переказ
Цитування	Відсутність посилань

Ефективне курирування змісту включає в себе три основні напрями діяльності:

- знайти якісний контент у заданій області знань;
- визначити цільову аудиторію;
- поширити зміст у вашій мережі.

Ось кілька вагомих причин, чому і як ви повинні бути куратором змісту:

1. Пошук й обмін великим вмістом демонструє ваш досвід.
2. Курирування змісту – це створення додаткової вартості.
3. Курирування змісту – це ваша надійність.
4. Курирування дозволяє визначити пріоритети в житті.

Як це зробити:

- інвестувати час і ресурси на пошук контенту, ділитися ним, принаймні, щодня або кілька разів на день;
- взаємодіяти з партнерами й відповідати осмислено;
- думати про курирування як про мікромаркетингову тактику: чим частіше ви це робите, тим краще.

Хороший куратор змісту повинен швидко й ефективно просіяти «тонни» інформації, знайти те, що актуальне та якісне [26]:

1. Куратор повинен уміти досягати найвіддаленіших сайтів Інтернету.
2. Ефективний куратор змісту вміє швидко переглядати статті для визначення їх цінності для цільового ринку.
3. Куратор змісту відбирає тільки якісний матеріал.
4. Курирування – це марафон, а не спринт і треба бути захопленим цією діяльністю.

2.4. Етика куратора

*Як хитро влаштована наша свідомість!
Ми дуже спритно ігноруємо неприємну
інформацію, якщо підозрюємо, що
перемогти джерело зла неможливо.
Олександр Маленков*

Питання з етики курирування змісту не є новим. Воно стоїть протягом багатьох років, і стоятиме ще довгі роки. Репутація й довіра куратора змісту є однією з найдорожчих якостей, що визначають майбутню кар'єру, тому важливо правильно використовувати чужий контент [27].

Отже, у чому різниця між курируванням змісту й піратством? Як ви можете бути впевнені, що те, що ви робите, залишається під маркою курирування й не переходить в піратство?

Піратство в крадіжці. Це опис змісту слово в слово повністю або частково і його публікація.

Курирування змісту, з іншого боку, не крадіжка. Це етично тому, що воно включає в себе тільки ретельно відібрані частини змісту, додавання відповідних коментарів чи розуміння, або виділення окремих частин, і завжди із зазначенням творця контенту.

Курирування змісту це чесні зусилля, які підвищують цінність, пропонують нові перспективи і збільшують екосистему ідеї.

В етику куратора змісту входять:

1. Посилання на першоджерело. При використанні соціальних медіа необхідно повідомляти спільноті адресу зовнішнього джерела. Просте дослідження дозволяє легко визначити, хто був оригінальним письменником, а хто вкрав зміст.

2. Джерело. Бути чесними і казати, що ви просто ділитесь своїм досвідом. Для соціального обміну інформації, правильно буде додати Share (Facebook) або RT (Twitter) Original Source, або, якщо ви читали повідомлення когось, Share або RT Original Source. Для зміни копії Twitter необхідно використати MT (зміна твіти) замість RT (ретвіт).

3. Використовувати реблог, Retweet або Share Button.

4. Зберігати посилання!

5. Спілкуватися. Бажано попросити дозвіл на публікацію чужого матеріалу. Більшість блогерів не заперечують проти публікації їх блогу, якщо дається посилання на джерело. Це допомагає побудувати сильні он-лайн відносини для обох сторін.

6. Практика курирування:

- якщо не додається контекст або думки і просто публікується чужий зміст – це злочин;
- якщо не надається посилання на джерело – це злочин;
- якщо взята велика частина оригінального контенту – це злочин;
- якщо хтось просить не курирувати їх матеріали, і ви не поважаєте це прохання – це злочин;
- поважайте опубліковані права. Якщо ліцензія Creative Commons використання матеріалів не влаштовує, необхідно звертатися до автора.

Додатково велику роль в етиці куратора змісту відіграє правильне цитування джерел [27].

При цитуванні тексту з чужого сайту необхідно познайомитися з політикою цитування. Як правило, дозволяється цитувати до 75 слів.

Посилання на повідомлення в Twitter – просто включити «via@ім'я користувача» десь у твіті. Якщо зроблено ретвіт змісту із змінами, необхідно змінити «RT» на «MT», що означає «твіт змінено».

Посилання на повідомлення в Facebook – Facebook робить це сам!

Посилання на зміст на LinkedIn – просто включити посилання на зміст і вказати особу або назву компанії.

Посилання на зміст на Google+ – на Google+ прийнято включати ім'я особи або компанії, що може зв'язати їх профіль Google+.

Якщо публікується у блозі повідомлення гостя, необхідно згадати ім'я гостя й компанії, де він працює, навести в блозі коротку інформацію про нього й дати посилання на сайт.

Посилання на візуалізацію і інфографіку – просто включити посилання на сайт першоджерела.

Необхідно підтримати якість зображення при перевиданні, якщо веб-сайт генерує код для цієї візуалізації, використовуйте його.

Як цитувати фотографії та інші зображення: залежить від того, де їх джерело. Якщо ви купили, ви є власником і можете робити те, що ви вважаєте за потрібне. Деякі звертаються в Google Images і просто знаходять необхідну графіку. Creative Commons дозволяє шукати безкоштовні зображення, які можна використовувати в залежності від ліцензії.

Контрольні питання

1. Проаналізуйте ступінь своєї готовності виконувати функції куратора змісту.

2. Перерахуйте вміння та навички куратора змісту, якими Ви володієте. Що, на Вашу думку, треба зробити для оволодіння відсутніми вміннями та навичками?
3. Як би Ви визначили ефективність курирування?
4. Наведіть приклади неетичного поведіння користувачів у мережі

3. ПОШУК В ЕЛЕКТРОННІЙ БІБЛІОТЕЦІ

Будь-яке нове досягнення спочатку здається неможливим.

Томас Карлайл

«Інформаційний пошук» використовується у всіх сферах діяльності людини. Існує велика кількість класифікацій інформаційного пошуку. У досить повному обсязі інформаційний пошук поділяється на 29 типів і 9 категорій (А.А. Гречихін – дійсний член Міжнародної академії інформатизації).

Основні різновиди інформаційного пошуку

<i>Критерій виділення</i>	<i>Різновиди пошуку</i>
I. Мета пошуку	1. Бібліографічний пошук 2. Документальний пошук 3. Фактографічний пошук
II. Предмет (зміст) пошуку	1. Універсальний пошук 2. Галузевий пошук 3. Тематичний пошук
III. Метод пошуку	1. Суцільний пошук 2. Вибірковий пошук 3. Інтуїтивний пошук 4. Індуктивний пошук 5. Дедуктивний пошук 6. Рецептурний пошук 7. Пошук за бібліографічними посиланнями 8. Пошук шляхом сходження від абстрактного до конкретного
IV. Жанр літератури (вид видання)	1. Загальнолітературний пошук 2. Жанровий (видовий) пошук
V. Хронологічне охоплення	1. Поточний пошук 2. Ретроспективний пошук 3. Проспективний пошук
VI. Географічне охоплення	1. Загальносвітовий пошук 2. Країнознавчий пошук 3. Краєзнавчий пошук
VII. Повнота пошуку	1. Абсолютний (максимальний) пошук 2. Вибірковий пошук
VIII. Інтенсивність пошуку	1. Систематичний пошук 2. Разовий пошук
IX. Категорія споживача інформації	1. Масовий пошук 2. Спеціальний пошук 3. Індивідуальний пошук

Розвиваються технології, змінюються носії й види інформації, однак пошук у своїй основі – це певний алгоритм дій, що враховує мету й предмет пошуку, метод й інші критерії.

Основні етапи інформаційного пошуку:

- постановка завдання пошуку: визначення виду, типу документа, формулювання пошукового запиту (ключові слова, автор, найменування, рік видання й т.п.);

- розробка робочої програми пошуку: вибір джерела інформації й пошукового інструменту;

- реалізація пошуку;

- оформлення результатів пошуку.

Під час пошуку застосовуються різні тактики пошуку, переформулювання запиту, зміна пошукових термінів, обробка результату, і так, поки не буде задоволена інформаційна потреба користувача.

3.1 Пошукові системи загального призначення (універсальні)

Стрімке зростання масивів електронної інформації, поява електронних бібліотек й архівів в Інтернеті призвели до ускладнення пошуку. Саме це стало причиною появи інформаційних пошукових систем (ІПС).

Традиційна модель інформаційного пошуку є взаємодією двох базових частин: системи й користувача. У сучасній бібліотечній літературі пошук інформації в Інтернет визначається термінами, які є синонімами: «інтерактивний», «діалоговий», «он-лайнний», «мережний».

Стратегії пошуку діляться на **математичні стратегії** (побудова ІПС) і **логічні** (проведені людиною).



Стратегія пошуку – це послідовність операцій, здійснюваних у процесі інформаційного пошуку з метою підвищення його ефективності.

ІПС в Інтернеті класифікуються:

- вербального типу (пошукові системи – search engines);
- класифікаційні (каталоги – directories, на основі спеціальних покажчиків, класифікацій);
- електронні довідники;
- спеціалізовані за окремими ознаками ресурсів.

Глобальний облік усіх ресурсів Інтернету забезпечується **вербальними та класифікаційними системами**. Основним засобом пошуку інформації в Мережі сьогодні є глобальні ІПС вербального типу, що претендують на індексацію всього глобального простору.



Пошукова система – це програмно-апаратний комплекс із веб-інтерфейсом, що надає можливість пошуку інформації в Інтернеті. Під пошуковою системою звичайно мається на увазі сайт, на якому розміщений пошуковий інтерфейс системи.

Більшість пошукових систем загального призначення шукають інформацію на всіх доступних сайтах Всесвітнього павутиння, але існують також системи, здатні шукати файли на FTP-серверах, товари в інтернет-магазинах тощо.

3.1.1 Основні критерії якості роботи пошукової системи:

- релевантність (відповідність результату інформаційному запиту);
- обсяг і повнота інформаційної бази;
- урахування морфології мови.

Будь-яка сесія користувача Інтернет починається з пошукової системи, тому ІПС користуються великою популярністю через те, що значно полегшують пошук потрібної інформації, яка знаходиться в мережі.

Ідеологія пошукової машини полягає в тому, щоб забезпечити **доступ до найбільшого числа електронних ресурсів**. Пошукові можливості підтримуються потужним інтерфейсом користувача. Застосовуються найрізноманітніші типи пошукових робіт для організації постійного пошуку ресурсів в Інтернеті та динамічного оновлення матеріалів. При виконанні завдання користувача машина орієнтується на запит, який складений випадковим чином на основі ряду ключових слів й інших елементів (скомбінованих так чи інакше).

Результатом пошуку буде величезна кількість матеріалів, не завжди **релевантних**. Слід зазначити, що релевантність інформації визначається відповідністю інформаційному запиту, а з погляду користувача відповідність результату інформаційним потребам визначається поняттям **пертинентність** [28]. У цьому й полягає основне протиріччя при пошуку інформації в Інтернеті: **пертинентний документ може бути нерелевантним і навпаки**. Користувач змушений вручну здійснювати фільтрацію виданого матеріалу, тому цей метод підходить для однократного й швидкого отримання інформації.

Використовуючи для пошуку інформації пошукові універсальні системи загального призначення слід розуміти, що:

- пошукова машина надає користувачу велику кількість нефільтрованої інформації;
- змушує користувача витратити час на перегляд і відбір інформації;
- у результат пошуку включаються всі доступні для індексації документи різного типо-видового складу;
- не завжди є можливість підтвердити достовірність інформації.

3.1.2 Усі пошукові системи гарні – обирай на смак...

Google – <https://www.google.com.ua> Місія – забезпечити організацію всієї наявної у світі інформації, зробивши її більш доступною та зручною для використання.

Довідковий центр пошуку

<https://support.google.com/websearch/?hl=uk&rd=2#topic=3378866>

Bing – <http://www.bing.com>

Довідка <http://help.bing.microsoft.com/#apex/18/uk/n1999/-1/uk>

МЕТА – <http://meta.ua>

Програмою частиною пошукової системи є **пошукова машина** (пошуковий движок) – комплекс програм, що забезпечує функціональність пошукової системи. Алгоритм дії такого комплексу звичайно є комерційною таємницею компанії-розробника пошукової системи. Поліпшення пошуку – одне з пріоритетних завдань сучасного Інтернету.

Усі пошукові системи дозволяють використовувати різні види пошуку (стандартний і розширений) і додаткові можливості для підвищення якості й результативності пошуку. Для обмеження результатів пошуку та проведення ефективного пошуку, що виключає «білий шум», рекомендується використовувати розширений пошук у комбінації з додатковими можливостями.



Google – світовий лідер серед пошукових систем. Продукти сімейства Google будуть розглядатися в одному з наступних розділів.

Bing пропонує користувачам перелік додаткових ключових слів і символів для розширеного пошуку, які дозволяють обмежити пошук й одержати більш точні результати, у такий спосіб витрачається менше часу на сортування нерелевантних результатів. За замовчуванням у всіх пошукових запитах використовується операція AND. Bing пропонує свої рекомендації для проведення ефективного пошуку (<http://onlinehelp.microsoft.com/ru-ru/bing/ff524480.aspx>).

Аналогічні сервіси мають усі пошукові системи Інтернет.

Зручність у використанні пошукових систем досягається комбінуванням двох простих методів:

- формулюванням запиту природною мовою;
- видачею результату відповідно до популярності ресурсу.

Чому посилання на результати пошуку розташовуються саме в такому порядку? Як визначаються релевантність і популярність? Різні пошукові системи використовують різні алгоритми, розраховують різні індекси. Для більшої ефективності пошуку використовуйте кілька пошукових систем.

Відповідно до рангу документи з'являються на сторінці результатів ПС. Алгоритм ранжирування повинен розмістити результати на сторінці так, щоб користувач, переглянувши перші один або два десятка посилань, визначив наявність або відсутність потрібної інформації, прийняв рішення про зміну або уточнення запиту. Різні ПС використовують свої власні технології ранжирування, хоча в більшості випадків використовуються загальні принципи.

Pagerank – один з алгоритмів ранжирування посилань. Алгоритм застосовується до колекції документів, зв'язаних гіперпосиланнями (таких, як веб-сторінки із всесвітнього павутиння), і призначає кожному з них чисельне значення, що вимірює його «важливість» або «авторитетність» серед інших документів (<http://ru.wikipedia.org/wiki/PageRank>). Алгоритм

може застосовуватися не тільки до веб-сторінок, але й до будь-якого набору об'єктів, пов'язаних між собою взаємними посиланнями. Існує безліч сервісів, що дозволяють визначити ці індекси для будь-якого сайту.

Єдиної методики, що описує сукупність способів і методів проведення інтерактивного пошуку в Інтернет **не існує**.

Процес результативного пошуку інформації можна розділити на три етапи: I-й етап – нормативні дії; II-й етап – обов'язкові дії; III-й етап – варіативні дії.

Нормативні дії виконуються на початковому етапі пошуку:

- формулювання короткого та чіткого запиту (фраза або ключові слова), який відображає інформацію, яку необхідно знайти;
- використання для пошуку кількох інформаційно-пошукових систем;
- перегляд найбільш релевантних з погляду ІПС результатів.

Обов'язкові дії виконуються, якщо попередні дії не дали бажаного результату:

- зміна й переформулювання пошукового запиту з метою уточнення;
- використання додаткових сервісів пошукової системи (розширений пошук, фільтри, додаткові службові ключові слова й символи, сортування тощо).

Варіативні дії виконуються коли уточнення або зміна запиту не дали позитивного результату:

- використання спеціалізованих інформаційно-пошукових систем;
- використання спеціалізованих інформаційних порталів із власними системами пошуку в електронних базах даних і каталогах;
- використання розширених засобів пошуку ІПС Інтернету (пошук усередині певного сайту, порталу).



Схожість універсальних і спеціалізованих пошукових систем (пошукові можливості):

- режими пошуку – простий і розширений пошук;
- використання логічних операторів;
- фільтри – допоміжні засоби складання запиту, що обмежують результати пошуку.

3.2 Спеціалізовані пошукові системи

*Хочеш бути розумним, навчися розумно
запитувати, уважно слухати, спокійно
відповідати й закінчувати розмову, коли вже
більше немає про що говорити.
Й. Лафатер, письменник*

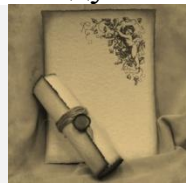
Спеціалізовані («вертикальні») пошукові системи – важливий напрямок розвитку сучасних систем пошуку в Інтернет, призначених для поглибленого пошуку конкретного цільового контенту. Спеціалізовані пошукові системи відрізняються від СПІ загального призначення тим, що спеціалізуються на пошуку інформації (даних) певного тематичного напрямку, виду, типу або інформації відібраної за певною ознакою.

Вертикальні пошукові системи доповнюють універсальні системи пошуку в Інтернет. **Ефективність пошуку помітно зростає, якщо вдасться знайти спеціалізовану пошукову систему з певної тематики (виду).** Якість пошуку досягається за рахунок звернення до заздалегідь відібраних ресурсів (тема, вид), що дозволяє в результатах пошуку значно зменшити кількість інформаційного «шуму». Сортування результатів пошуку може проводитися з урахуванням особливостей тематичного контенту.

Різниця універсального й вертикального варіантів пошуку стає помітною в тих ситуаціях, коли в ключових словах запиту є синоніми з різних тематичних галузей. Багато вертикальних машин використовують додаткові алгоритми обробки запитів, які враховують наявність сленгу, аббревіатур й інших особливостей, тим чи іншим чином властивих конкретним тематичним галузям.

Інформація з власних баз даних будь-якої організації, які використовують локальні пошукові системи, розташовані безпосередньо на сайті цієї організації, може бути недоступна для глобальних пошукових систем. Причиною цього є особливості внутрішньої структури даних, формату метаданих тощо. Цю інформацію можна назвати глибинним вебом.

Глибока павутина (також відома як невидима павутина) в Інтернет – це безліч веб-сторінок Всесвітньої павутини, які взагалі не індексуються пошуковими системами. Масштабним джерелом прихованого для звичайних розвідувачів контенту є також різні торрент-ресурси.



Торрент-ресурси – відкритий протокол обміну інформацією. Автором проекту є Брам Коен (Bram Cohen), який створив першу версію в квітні 2001 року разом із першим клієнтом

Спеціалізовані пошукові системи різняться між собою:

- за охопленням джерел інформації (глобальні, корпоративні, регіональні тощо);
- за ступенем взаємодії з джерелами інформації (рівень інтеграції);
- за умовами доступу до джерел інформації (безкоштовний або платний, авторизований або вільний);
- за терміном охоплення джерел інформації та інформаційних потоків.

Розглянемо приклади спеціалізованих пошукових систем навчальної та наукової інформації, системи пошуку в електронних бібліотеках і каталогах.

Приклади спеціалізованих систем пошуку наукової інформації із глобальним охопленням Інтернет-ресурсів:

- **Google Академія** <http://scholar.google.com.ua> індексує веб-сегменти: розділи сайтів наукових й освітніх установ; особисті сайти дослідників; one-line видавничі платформи; інші спеціалізовані веб-ресурси;

- **Microsoft Academic Search** <http://academic.research.microsoft.com> є безкоштовним сервісом, розробленим Microsoft Research, для вчених, який дозволяє швидко й легко знайти науковий контент, інформацію про авторів, організації й наукові заходи. Microsoft Academic Search публікує індекси не тільки мільйонів наукових публікацій, він також відображає ключові відносини між країнами й між суб'єктами, змістом і авторами. About Microsoft Academic Search <http://academic.research.microsoft.com/About/Help.htm>;

- **ScienceDirect** <http://www.sciencedirect.com/> містить чверть рецензованого повнотекстового наукового світового контенту;

- **BASE (Bielefeld Academic Search Engine)** <http://www.base-search.net/> академічні веб-ресурси відкритого доступу;

- **Citeseerx** <http://citeseerx.ist.psu.edu/index;jsessionid=2060FBCD3BB03570F2814F7598A0E66C> вважається попередником академічних інструментів пошуку, таких як Google Scholar і Microsoft Academic Search.

Приклади пошукових систем, що спеціалізуються на пошуку певних видів документів:

- **Google books** <http://books.google.com> пошук книжкових, періодичних видань;

- **Scientific Research Publishing (SCIRP)** <http://www.scirp.org> (публікує більш ніж 200 журналів відкритого доступу в галузі науки, техніки й медицини, академічні книги й матеріали конференцій);

- **Advanced Patent Search** – **Google** http://www.google.com/advanced_patent_search індексує патенти й патентні заявки зі Сполучених Штатів по патентах і товарним знакам (United States Patent and Trademark Office). Із серпня 2012 року доступні також і європейські патентні документи.

Спеціалізована система пошуку в електронному каталозі бібліотеки дозволяє виконувати багатоаспектний пошук документів.

Наприклад:

- **Worldcat (OCLC Online Union Catalog)** http://www.worldcat.org/search?q=&qt=results_page – найбільший у світі бібліографічний каталог. Містить повну інформації про видання, посилання на повні тексти (якщо документ доступний), дозволяє визначити наявність видання в найбільших бібліотеках світу й видавництвах. What is Worldcat? <http://www.worldcat.org/whatis/default.jsp>

- **Каталоги Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського** <http://www.nbuv.gov.ua/node/554>

- **Харківська державна наукова бібліотека імені В.М. Короленка** <http://korolenko.kharkov.com/cgi-bin/wcatalog/irbis?LNG=&C21COM=F&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21CNR=10&Z21ID=>

- **Електронний каталог наукової бібліотеки НТУ «ХП»:** http://library.kpi.kharkov.ua/scripts/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=.

До спеціалізованих систем можна віднести **електронні бібліотеки (ЕБ)**, тому що вони містять відібрані за певними правилами електронні документи й мають ІПС. ЕБ –інструмент, що допомагає знайти потрібну інформацію. Це може бути особиста бібліотека, мережева, створена професіоналами, публічна електронна бібліотека.

«**Електронна бібліотека**» – поняття різнопланове, вона може створюватися:

- як організована й структурна сукупність електронних ресурсів, не пов'язана із традиційними бібліотеками та фізично може належати будь-якій організації або консорціуму, у тому числі й у вигляді інтернет-порталу (веб-сайту, сайту і т. п.);

- як електронна бібліотека, яка реорганізується з традиційної (оцифрування);

- як інформаційна технологія в традиційній бібліотеці, що є одним з компонентів її системи автоматизації, ЕБ на базі електронних колекцій повних текстів.

Поняття **колекція – фонди – ресурси** пов'язані між собою.

Колекція (у тому числі електронна мережева) – збір та систематизація однорідних (або об'єднаних за темою) предметів. Колекція є частиною фонду, а фонд є безліччю колекцій. Якщо в колекції визначальним є поняття орієнтованості, то фонд, як правило, більш широкий і різноплановий у порівнянні з колекцією.

Електронні колекції – сукупність тематично однорідних електронних документів, зібраних в одному місці або на одному сайті, порталі, платформі.

Електронні фонди – сукупність тематично однорідних або різнорідних колекцій, об'єднаних за заданою ознакою та розміщених, як правило, на одному сайті, порталі, платформі.

Властивості й типологія колекцій визначаються видом продукції, домінуючої для даної компанії, постачальника бібліотеки. Їх можна класифікувати за типом основного продукту:

- повнотекстові електронні журнали;
- повнотекстова довідкова література;
- повнотекстові офіційні документи;
- патенти й стандарти;
- мультимедійні й повнотекстові навчально-методичні матеріали;
- електронні книги різної спрямованості;
- бази даних різного роду і т.д.

Бібліотечні колекції складаються не тільки з книг й інших текстових документів, вони можуть включати листівки, плакати, і т. інше.

Приклади електронних бібліотек:

- **World Digital Library** <http://www.wdl.org/ru/> Світова цифрова бібліотека (WDL) надає безкоштовний доступ у мережі Інтернет до великої кількості багатомовних матеріалів, що представляють культури різних країн світу.

- **Європейська цифрова бібліотека ЄВРОПАНА** <http://www.europeana.eu;>

- **InTech** Найбільший у світі видавець книг і журналів у відкритому доступі [http://www.intechopen.com/;](http://www.intechopen.com/)

- **«Наукова періодика України»** (Видавнича служба «Уран») <http://journals.uran.ua/>

Відмінності
універсальних і
спеціалізованих
пошукових систем
(поіменовані
інформаційні поля для
введення термінів):
автор;
заголовок;
ключове слово;
дисципліна;
рік видання;
т. ін.(Рис. 3.1)

Розширений пошук

Спеціальність:

Дисципліна:

Ключові слова:

в:

логіка:

Наступні уточнювальні пошукові елементи об'єднуються логікою "ТА"

Наявність повного тексту:

Тематика пошуку:

Автор:

Різнавид видання:

ISSN/ISBN:

Рік видання: з по

Формат показу:

Рис. 3.1 Поіменовані інформаційні поля для введення пошукових термінів

3.3 Електронний каталог як частина довідково-пошукового апарата бібліотеки

*Якщо ти вважаєш, що тобі все відомо
– ти чогось не помітив.
Томас Роберт Дьюар*

Електронний бібліотечний каталог – база даних, що містить опис документів у бібліографічному форматі з додатковими відомостями, яка дозволяє автоматизувати діяльність бібліотеки (каталогізація, замовлення, пошук, видача книг, виконання різних завдань щодо звітності й книгозабезпеченості). ЕК формується з використанням спеціального програмного забезпечення – системи автоматизації бібліотеки (САБ). У світі розроблені багато САБ, кожна бібліотека самостійно обирає для себе

найбільш прийнятну систему. Від програмного забезпечення САБ, що використовується в бібліотеці, залежать пошукові можливості інтерфейсу, з якими буде працювати читач.

Електронні каталоги перетворилися на потужні інформаційні системи, які забезпечують роботу бібліотек і виконують широке коло завдань. Кожний користувач, звичайно, бачить лише частину можливостей ЕК залежно від того, які завдання вирішуються ним за допомогою цього каталогу.

3.3.1 Електронний каталог наукової бібліотеки НТУ «ХП» містить бібліографічний опис підручників і навчальних посібників, навчально-методичних видань, довідників, монографій, збірників наукових праць, авторефератів дисертацій, електронних ресурсів, наукових публікацій. Електронний каталог НБ НТУ «ХП» формується з використанням програмного забезпечення «ІРБІС 64», яке повністю відповідає міжнародним вимогам до сучасних бібліотечних систем.

Інтерфейси, подібні пошуковому інтерфейсу Електронного каталогу НБ НТУ "ХП", користувачі знайдуть на сайтах багатьох бібліотек світу http://library.kpi.kharkov.ua/scripts/irbis64r_01/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=BOOK&P21DBN=BOOK&S21CNR=&Z21ID=

В Україні:

- Харківська державна наукова бібліотека імені В.М. Короленка <http://korolenko.kharkov.com/cgi-bin/wcatalog/irbis?LNG=&C21COM=F&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21CNR=10&Z21ID=htt://korolenko.kharkov.com/cgi-bin/wcatalog/irbis?LNG=&C21COM=F&I21DBN=IBIS&P21DBN=IBIS&S21CNR=10&Z21ID=>;
- Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_all/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21CNR=20&Z21ID=htt://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_all/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=EC&P21DBN=EC&S21CNR=20&Z21ID=.

Якщо друковане видання (навчальні видання, автореферати дисертацій, наукові публікації, бібліографічні покажчики й ін.) має електронну версію, то через гіперпосилання можливий доступ до повного тексту документа.

Інтерфейс сторінки пошуку складається з декількох робочих областей. Три з них: «**Авторизація**», «**Бази даних**» (ліва частина інтерфейсу) і «**Вид пошуку**» (права частина інтерфейсу), які доступні користувачеві протягом усієї роботи (Рис. 3.2). Центральна частина призначена для формування запиту, ознайомлення з нових надходжень, перегляду та відбору знайдених документів (Рис. 3.3). Зміст цієї області змінюється залежно від вибору виду пошуку, формату показу документів і т.д. Бібліографічний опис документів доступний усім з будь-якого комп'ютера, що має вихід в Інтернет. Для одержання доступу до повнотекстових електронних ресурсів необхідна

авторизація (лише читачі бібліотеки). Авторизованим читачам доступні додаткові сервіси (віддалене замовлення, електронний формуляр, інше).

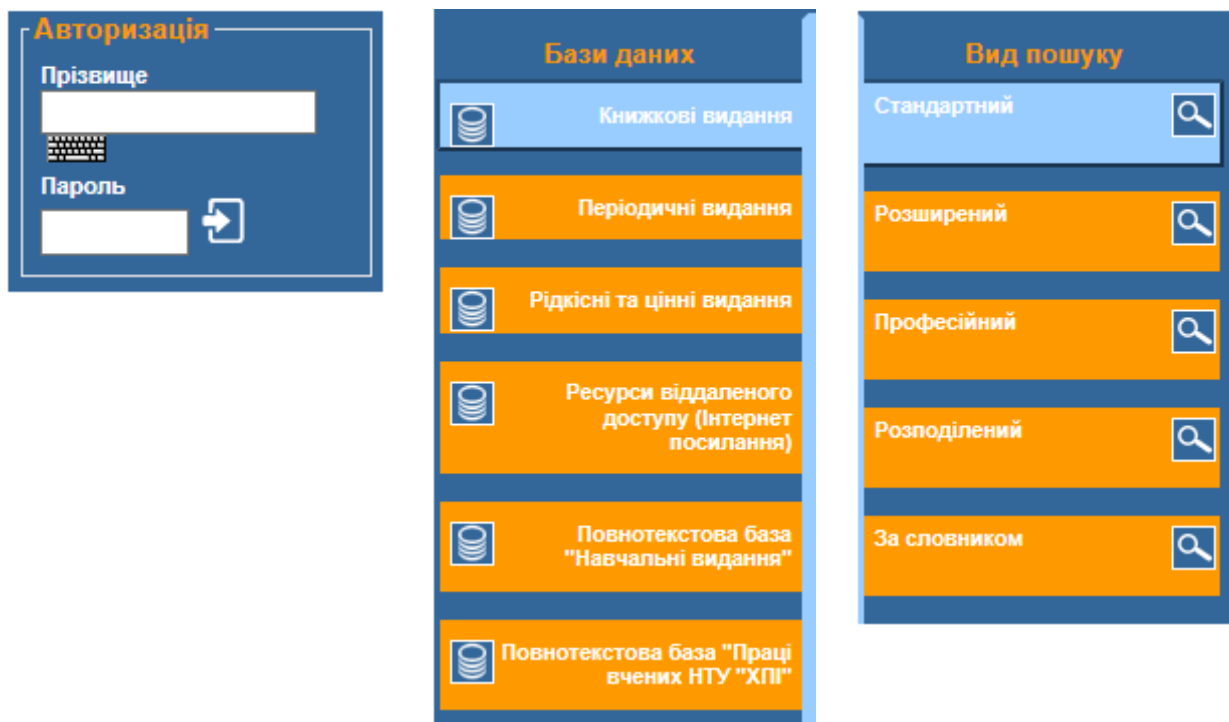


Рис. 3.2 Робочі області пошукового інтерфейсу «Авторизація», «Бази даних», «Вид пошуку»

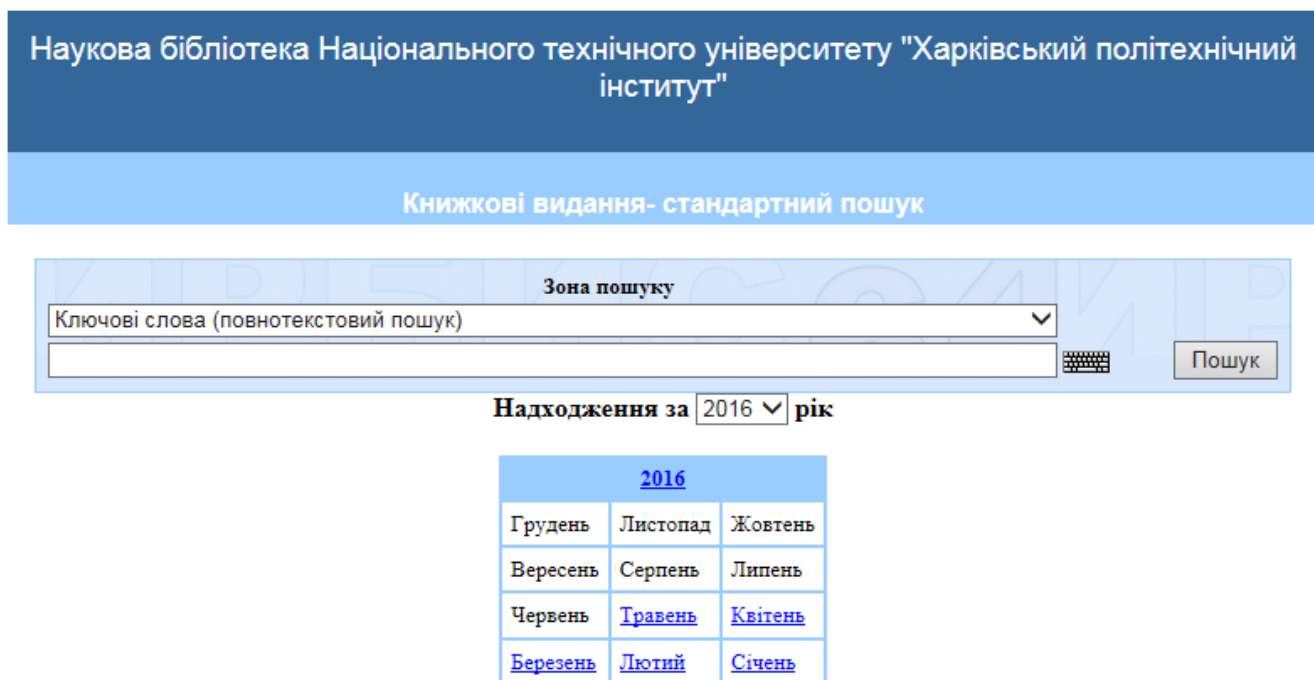


Рис. 3.3 Центральна частина пошукового інтерфейсу електронного каталогу наукової бібліотеки НТУ «ХПІ»

3.3.2 Основні види пошуку в електронному каталозі НБ НТУ «ХП»

1. Стандартний пошук

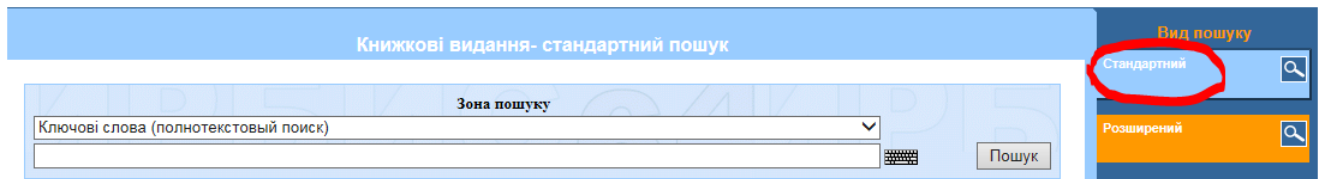


Рис. 3.4 Вікно стандартного пошуку

1. **Вибір джерела для пошуку.** Для початку необхідно обрати базу даних, в якій буде проведено пошук (ліва частина інтерфейсу). За замовчуванням встановлена база даних «Електронний каталог книжкових видань».

2. **Вибір виду пошуку.** У правій частині розташовано панель видів пошуку. Стандартний пошук автоматично завантажується при вході в електронний каталог. Він складається із двох елементів для пошуку: списку, що розкривається, для вибору області пошуку та поля редагування. Даний вид пошуку припускає пошук документів, що містять термін рівний або більший шуканого. Також він не чутливий до регістру символів (рядкові або прописні букви).

Існує кілька **видів областей стандартного пошуку** в електронному каталозі: ключові слова, автор, заголовок документу, рік видання.

Пошук за **ключовими словами** здійснюється за всіма елементами опису (заголовок, предметна рубрика, серія, заголовки зі змісту). Фраза розкладається на окремі слова (цифри не враховуються), в яких відкидається закінчення (тільки для російських слів).

Пошукові терміни можна вибрати із **«випадаючого» словника «Пошук»** (Рис. 3.5). Для простого пошуку не характерна комбінація пошукових елементів, які належать різним полям (пошук йде або по всіх полях, або по конкретному полю, обраному зі списку).



Рис. 3.5 Вікно зони пошуку

При пошуку за **ключовими словами** застосовується **алгоритм ранжирування знайдених документів**: список результатів пошуку сортується в порядку зменшення рангу документа. Чим більше в знайденому документі слів із запиту, чим ближче ці слова один до одного – тим вище місце документа в результатах пошуку.

При пошуку за **прізвищем автора** вводяться прізвище й ініціали тільки одного автора у вигляді: «*Прізвище*» кома, пропуск «*Перший ініціал*» крапка, пропуск «*Другий ініціал*».

При пошуку за терміном «Автор» у результатах пошуку будуть представлені документи, які відносяться до особи, що є не лише автором, а й редактором, перекладачем й ін. або персоналією. У списку словника «Не автор» вказується позначкою /про нього/, /ред./ та ін. (Рис. 3.6)



Рис. 3.6 Відомості про «не автора» при пошуку за терміном «Автори»

Для пошуку за **назвою (заголовком)** у рядок «Пошук» вводиться точна повна назва видання. **Рік видання** вводиться одним числом.

При результаті пошуку в кількості 20 і більше документів також можливий **пошук у знайденому** (Рис. 3.7) один і більше уточнюючих слів, а також описів з певним автором або роком видання.

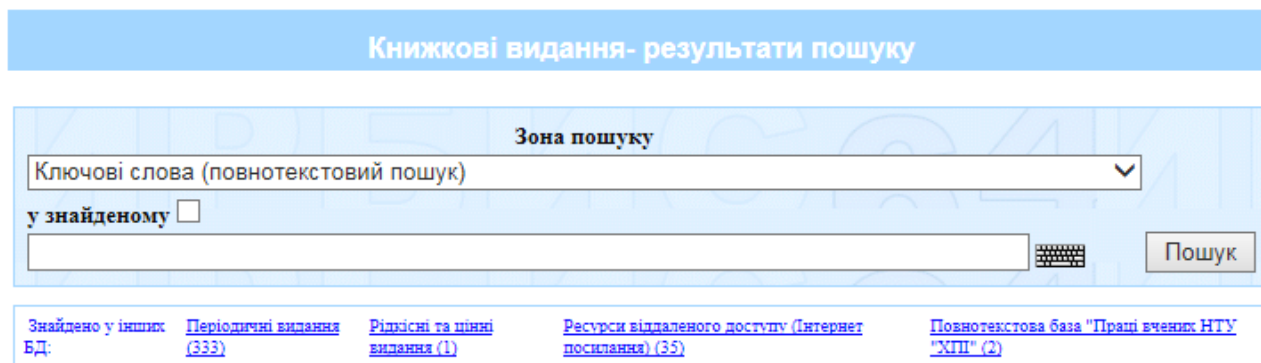


Рис. 3.7 Пошук у знайденому, результат пошуку в інших БД

Під «зоною пошуку» система відображає документи за проведеним запитом в інших БД електронного каталогу.

2. Розширений пошук

Рис. 3.8 Інтерфейс розширеного пошуку

У розширеному пошуку може бути заповнене як одне, так і кілька пошукових полів (Рис. 3.8). Його зручно використовувати, коли необхідно знайти:

поняття , що полягає з 2 та більше слів	<i>ключові слова з логікою, ціла фраза</i>
документи певного автора за певною тематикою	<i>ключові слова (або інше) + автор, об'єднані логікою «I»</i>
видання з певної дисципліни , тематики	<i>ключові слова + дисципліна + тематика пошуку</i>

Розширений пошук дозволяє:

- обмежитися певним елементом опису – шукати: у заголовку, предметних рубриках;
- вибрати спосіб об'єднання декількох ключових слів у пошуковому запиті за допомогою логічних операторів.

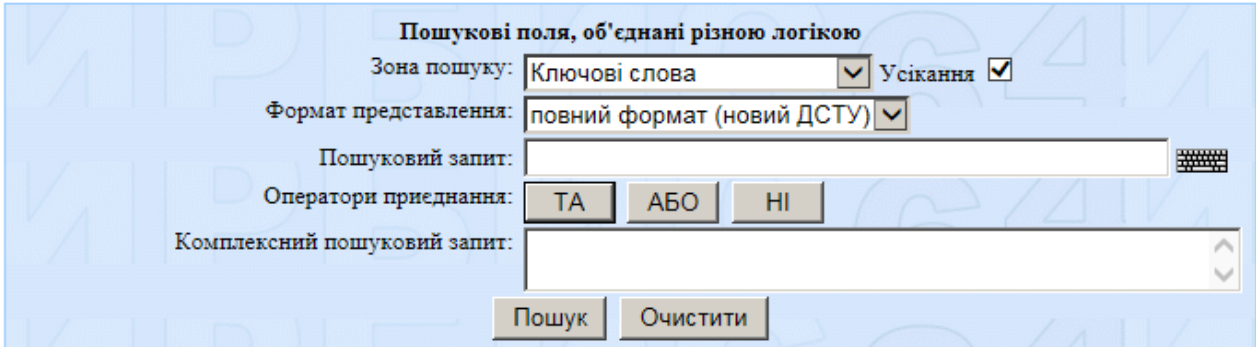
Додаткові пошукові поля дозволяють уточнити запит і звужити область пошуку, указавши тематику пошуку, прізвище автора, вид видання або його ідентифікатор ISSN/ISBN. При пошуку за роком видання можна вказувати як дві, так і одну часову границю. Усі пошукові елементи поєднуються логікою «I».

3.3.3 Професійний пошук

Професійний вид пошуку зручно використовувати, коли необхідно знайти документ за кількома параметрами (Рис. 3.9). Цей вид представлений найбільшим діапазоном параметрів пошуку й забезпечує їх будь-яку комбінацію. Професійний пошук є подібним до «Розширеного пошуку» на платформі Web of Science (Thomson Reuters).

Логіка та усікання встановлюються для кожного терміну окремо, що дозволяє створювати найрізноманітніші формули співвідношень пошукових термінів у знайдених документах. Це єдиний вид пошуку, який дозволяє знайти роботи особи, яка є автором, а не укладачем, редактором або персоналією.

Книжкові видання- професійний пошук



The screenshot shows a search interface with the following elements:

- Пошукові поля, об'єднані різною логікою** (Search fields, combined by different logic)
- Зона пошуку:** A dropdown menu set to "Ключові слова" (Key words) and a checked checkbox for "Усікання" (Truncation).
- Формат представлення:** A dropdown menu set to "повний формат (новий ДСТУ)" (Full format (new DSTU)).
- Пошуковий запит:** A text input field for the search query.
- Оператори приєднання:** Three buttons labeled "ТА" (AND), "АБО" (OR), and "НІ" (NOT).
- Комплексний пошуковий запит:** A larger text input field for complex search queries.
- Buttons for "Пошук" (Search) and "Очистити" (Clear).

Рис. 3.9 Інтерфейс професійного пошуку

В області пошуку вибирається словник, термін якого використовується для пошуку. Термін уводиться в пошуковий запит. Для введення наступного терміну необхідно вибрати оператора приєднання (логіка) і знову встановити словник (якщо він відрізняється від попереднього). Усікання вибирається окремо для кожного терміну.

Галузь комплексного пошукового запиту **дозволяє редагувати пошукові значення**, не створюючи формулу заново.

За допомогою кнопок «Оператори приєднання», задаючи термін для запиту в полі введення «Пошуковий запит» та «Зона пошуку», користувач має можливість сформулювати «Комплексний пошуковий запит», який містить різноманітні елементи, що об'єднані різною логікою.

Можна об'єднати два або більше термінів пошуку в пошуковому виразі за допомогою операторів пошуку (у порядку зменшення пріоритету):

Оператор правого усікання - символ \$

I, НІ - символи *, ^

АБО - символ +

Для зміни порядку виконання операцій можна застосовувати дужки як і в звичайній алгебрі, наприклад: $((A+B)*C)+((D+E)+F)^G$

При формуванні пошукових виразів необхідно дотримуватися наступних синтаксичних правил:

1. Жодних два логічних оператори не можуть розташовуватися поруч.
2. Використовувані дужки повинні бути парними.

При необхідності, можна вручну відредагувати «Комплексний пошуковий запит», розставивши потрібні дужки, і, таким чином, задати нову логіку пошуку.

3.3.4 Пошук за словниками

Даний вид пошуку допомагає **подолати проблеми, пов'язані із правилами введення даних** у поле або незнанням рубрик у даному електронному каталозі.

При створенні пошукового запиту в користувача можуть виникнути питання, пов'язані з варіативністю введення даних при описі документа. Наприклад, як у бібліотеці прийнято вводити автора: з ініціалами або повністю? А якщо в каталог потрапив опис документа, зробленого з помилкою (наприклад, пропустили пропуск між прізвищем й ініціалами)?

Словники створюються до різних пошукових полів і включають усі введені в поле слова. Вони дозволяють користувачеві побачити, які ключові слова й предметні рубрики несуть інформаційне навантаження, як можна звузити або розширити тему запиту, опираючись на фрагмент словника.

Книжкові видання- пошук за словником

Вид словника	Ключові слова	Автор	Назва	Рік видання
Аlfabet	А В С Д Е Ф Г Н І К Л М Н О Р Q R S T U V W X Y Z			
Абетка	А Б В Г Д Е Ж З И К Л М Н О П Р С Т У Ф Х Ц Ч Ш Щ Э Ю Я			
1	1.3-ДИКАРБОНИЛЬНЫЕ СОЕДИНЕНИЯ		1	125 РОКІВ НТУ ХПІ
1	1-БЕНЗОПИРИЛИЕВЫЕ СОЛИ		1	151 МИРОВОЙ БАНК
1	1-Я ГВАРДЕЙСКАЯ ТАНКОВАЯ АРМИЯ		1	16 ЛИТОВСКАЯ СТРЕЛКОВАЯ ДИВИЗИЯ
1	1-Я ПАРТИЗАНСКАЯ БРИГАДА ИМ. А. В. СУВОРОВА		1	16-БИТНЫЕ МИКРОКОМПЬЮТЕРЫ
1	100 ВИДАТНИХ УКРАЇНЦІВ		1	16-РОЗРЯДНИЙ МП
1	100-КАНАЛЬНЫЙ НАКОПИТЕЛЬ ИНФОРМАЦИИ		1	18-ФАЗНЫЕ ВЕНТИЛЬНЫЕ СХЕМЫ
1	11 СЕНТЯБРЯ 2001 ГОДА		1	18-ФАЗНЫЕ НЕУПРАВЛЯЕМЫЕ ВЕНТИЛЬНЫЕ СХЕМЫ
1	12-ФАЗНЫЕ ВЕНТИЛЬНЫЕ СХЕМЫ		1	1800-1870 ГГ.
1	12-ФАЗНЫЕ НЕУПРАВЛЯЕМЫЕ ВЕНТИЛЬНЫЕ СХЕМЫ		1	1870-1914 ГГ.
1	120-КВТ КОРОТКОВОЛНОВОЙ РАДИОВЕЩАТЕЛЬНЫЙ ПЕРЕДАТЧИК ТИП КВМ		1	1916 Г.

Ключ:

Рис. 3.10 Пошук за словником

Пошук за **словником** дозволяє знайти потрібний термін словника. Доступно 4 словника: «**Ключові слова**», «**Автор**», «**Назва**», «**Рік видання**» (Рис. 3.10). За замовчуванням установлений пошук за ключовими словами. Перші три словники мають алфавітні покажчики, що підтримують латинський і кириличний алфавіти.

При роботі з пошуком за словником необхідно послідовно: встановити «Вид словника», внести пошуковий термін в інформаційне поле «Ключ» і перегортати словник за допомогою кнопки «Далі».

Терміни словника сформовані у вигляді пошукових гіперпосилань. Ліворуч від терміну перебуває число пошукових посилань на документи у каталозі. У випадку пошуку за словником відсутня можливість відбору зі

словника одночасно всіх варіантів пошукового терміну, тобто по кожному варіанту пошукового терміну потрібно провести окремий пошук.

3.3.5 Спрощений режим пошуку



Рис. 3.11 Інтерфейс спрощеного режиму пошуку

Для входу у **спрощений режим пошуку** необхідно у верхній частині інтерфейсу електронного каталогу натиснути на посилання «Спрощений режим» (Рис. 3.11).

У лівій частині інтерфейсу з меню «**Де шукати?**» вибрати базу даних, із загального списку всіх каталогів. У рядок «**Що шукати?**» вводяться пошукові терміни, що відповідають обраному пошуковому полю. У правій частині інтерфейсу з меню «**Як шукати?**» необхідно вибрати пошукову область: за ключовими словами, автором, заголовком і роком видання.

3.3.6 Робота з результатами пошуку

За замовчуванням одночасний пошук здійснюється в усіх базах даних електронного каталогу. Посилання на результати пошуку в інших базах ЕК відображаються в меню «Знайдене в інших БД», яке з'являється під «Областю пошуку».

Посилання «**Знайти схожі**», яке знаходиться внизу кожного бібліографічного опису знайдених записів, формує запит на ранжируваний пошук, що включає всі ключові слова запису (Рис. 3.12).

Книжкові видання- результати пошуку

Зона пошуку

Рік видання

у знайденому

Пошук

Знайдено у інших БД

[Періодичні видання \(2824\)](#)

[Річні та щорічні видання \(1\)](#)

[Ресурси віддаленого доступу \(Інтернет посилання\) \(2\)](#)

[Повнотекстова база "Навчальні видання" \(1\)](#)

[Повнотекстова база "Праці вчених НТУ "ХП" \(170\)](#)

Формат представлення знайдених документів:
повний [інформаційний](#) [короткий](#)

Пошуковий запит: <>G=2014<>

Загальна кількість знайдених документів : 1040

Показані документи с 1 за 10

1-10 11-20 21-30 31-40 41-50 51-60 ▶ ❏

1.

У9(0)290-21
Ч-15

[Чайка, Галина Леонідівна.](#)
Самоменеджмент менеджера [Текст] : навч. посібник / Г. Л. Чайка. - Київ : Знання, 2014. - 422 с. - ISBN 978-617-07-0136-7 : 39.00 грн
ДРНТІ 06
ББК У9(0)290-21я7 + Ю95я7

Кл.слова (ненормовані):
[УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ](#) -- [УПРАВЛІНСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ](#) -- [САМОПЛАНУВАННЯ РОБОЧОГО ЧАСУ](#) -- [САМООРГАНІЗАЦІЯ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА](#) -- [САМОСВІДОМІСТЬ](#) -- [САМООШІНКА](#) -- [САМОПІЗНАННЯ](#) -- [КУЛЬТУРА ПРАЦІ](#) -- [САМОАКТУАЛІЗАЦІЯ МЕНЕДЖЕРА](#)

Есть полнотекстовые версии (для доступа требуется авторизация)

Примірників всього: 1
чз.2 (1)
Сводный 2 (1)
[Знайти схожі](#)

Рис. 3.12 Книжкові видання. Результат пошуку

У верхній частині сторінки результатів пошуку вказується пошуковий запит, кількість знайдених документів і «порції» документів по 20 записів на поточній сторінці. Для перегляду наступних «порцій» потрібно натискати на гіперпосилання з діапазонами записів угорі або внизу сторінки.

Якщо число знайдених документів не перевищує 1000, то результати пошуку можна **сортувати** по авторові, заголовку, року видання, типу документа.

Переглянути документи можна в різних форматах. За замовчуванням установлений формат **«Повний»**.

У «Повному» форматі інформація про документи виводиться у вигляді бібліографічного запису. У форматі «Інформаційний» опис – «розбите» по полях опису документа. У випадках, коли для ідентифікації видання досить відомостей про автора, заголовку та року видання, можна використовувати формат показу інформації про документ «Короткий». При цьому значно скорочується час перегляду поточної сторінки.

У бібліографічних описах знайдених документів синім кольором з підкресленням виділені посилання (автор, ключові слова, предметні рубрики, індекси), натиснувши на які можна перейти до документів, прямо пов'язаних із цими посиланнями.

Усі або відібрані записи можна **роздрукувати** або зберегти у файлі.

3.4 Продукти сімейства Google

*Краще Google під рукою, ніж
інформація з телевізора .
Аркадій Теплухін*

Провідним законодавцем інноваційних технологій у сфері інтернет-пошуку та веб-сервісів є компанія Google, яка була заснована у 1998 році. Сьогодні сімейство Google складається з безлічі продуктів (<http://www.google.com.ua/intl/ru/about/products>):

- інтернет;
- для мобільних пристроїв;
- для бізнесу;
- мультимедіа;
- карти;
- спеціалізований пошук;
- для дому та офісу;
- соціальні мережі;
- інновації.

Один аккаунт – весь світ Google. Користувач має можливість у відповідності зі своїми завданнями сформувавши частину персонального середовища в мережі Інтернет завдяки використанню індивідуально підібраних сервісів (продуктів). Нижче розглянуті деякі з них. Єдиний

акаунт користувача в Google дозволяє працювати з усіма продуктами сімейства Google.

Існує інтернет парадокс – зі збільшенням інтрнет-ресурсів ймовірність існування потрібної інформації зростає, а можливість її знаходження зменшується. З часом цей парадокс загострюється.

Для того щоб інтернет-пошук був успішним, повинні бути виконано дві умови:

- уміння переводити свої пошукові інтереси на мову пошукового запиту;
- гарне знання пошукових систем, доступних інструментів пошуку, їх переваг і недоліків, для вибору найбільш відповідних засобів пошуку.

Уміння ставити інформаційні запити – серйозна перевірка інформаційної грамотності фахівця. Універсальної методики пошуку «на всі випадки життя», немає. Гарна та пошукова методика, що дозволила знайти необхідну інформацію в Інтернет.

Загальна методика користування пошуковими системами досить проста: зайшов на сайт пошукової системи, увів пошукову фразу або термін, натиснув кнопку «Знайти». У результаті користувач одержує довгий перелік посилань на веб-сторінки, які містять шукане слово або словосполучення. Посилань може бути сотні, тисячі або мільйони, а може й не бути зовсім.

Пошукова система Google (<https://www.google.com.ua>) є незаперечним лідером сучасного інтернет-пошуку у світі.

З погляду користувача основним недоліком пошукових систем є наявність інформаційного шуму в результатах. Саме підвищення точності результатів і фільтрація непотрібних даних є одним з основних напрямків удосконалювання сучасних пошукових машин.

Складність полягає у розв'язку низки питань:

- Як уникнути «білого шуму»?
- Як оцінити достовірність знайденої інформації?
- Чому «потрібні» сайти далеко не на першому місці?
- Чому на всіх сайтах не нашлося нічого потрібного?

Широке охоплення джерел інформації забезпечує одна з найбільших у світі індексних баз, якою володіє Google. Індексна інформація Google зведена в кілька вертикальних баз. Це бази «**Усі**» (**веб**), «**Зображення**», «**Відео**», «**Новини**», «**Карти**», які постійно обробляють джерела актуальної інформації. Google також пропонує широкий вибір додаткових ресурсів, серед яких картографічний сервіс, каталог сайтів, служба питань і відповідей. Ці ресурси також можна розглядати як додаткові інструменти пошуку. При пошуку враховуються морфологічні форми слова.

Google успішно реалізував режими «**Пошук з перекладом**» і «**Живий пошук**», який включається автоматично при достатній швидкості інтернет-з'єднання. Режим пошук з перекладом працює за допомогою сервісу Google

Перекладач. Основна перевага перекладацької служби Google – велика кількість підтримуваних мов.

3.4.1 Пошук у Google

Google пропонує **режими простого й розширеного пошуку**. Форма **простого пошуку** відкривається за замовчуванням.

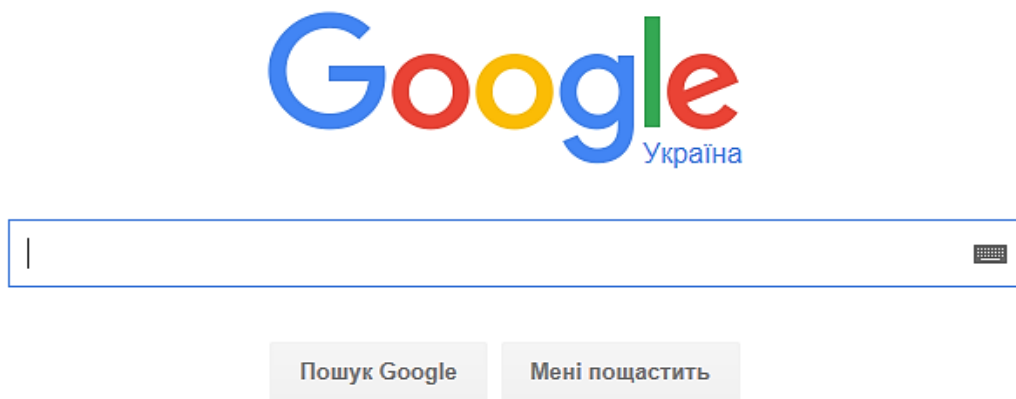


Рис. 3.13 Простий пошук Google

Налаштування пошуку, визначення мови, історія веб-пошуку, розширений пошук, довідкова інформація знаходяться у правому верхньому куті екрана. Вони дозволяють **користувачеві зробити персональні налагодження**.

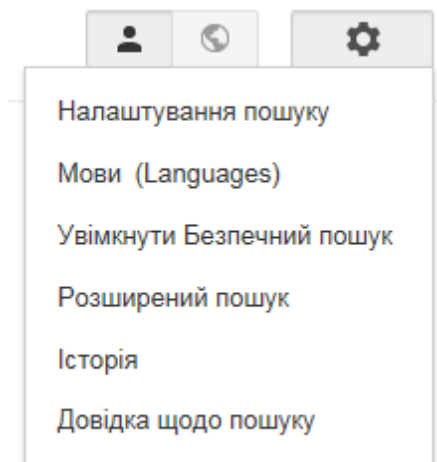


Рис. 14 Налаштування індивідуальних параметрів

Форма розширеного пошуку розділена на кілька зон.

Перша зона містить **інструменти складання запиту з використанням логічних операторів**. Підтримується пошук по точній фразі, зі словами (логічне «I»), з кожним зі слів (логічне «АБО»), без слів (оператор «НЕ»), за заданим діапазоном.

Знайти сторінки		Як це працює у звичайному пошуку
зі словами:	<i>Слово1 «I» Слово2</i>	Бібліотека цифрова електронна
зі словосполученням:	<i>точна фраза</i>	Словосполучення в «лапках»: «Куратор змісту»
з кожним із цих слів:	<i>Слово1 «АБО» Слово2</i>	бібліотека цифрова OR електронна
без слів:	<i>«НЕ» Слово1</i>	бібліотека цифрова – електронна
з діапазоном чисел:	<i>«рік видання» 2000..2014</i>	Дві крапки між числами: 1885..2016

Наступна зона форми розширеного пошуку містить перелік основних фільтрів для пошуку:

- документів певною мовою, що належать певній країні;
- ресурсів, що належать до будь-якої доменної зони;
- веб-сторінок, проіндексованих у певний проміжок часу;
- на конкретному, зазначеному користувачем сайті;
- по зазначених ключових словах, що перебувають у зазначеному елементі веб-сторінки;
- за будь-яким із цих типів файлів;
- за умовами поширення та використання контенту (ліцензія).

Безпечний пошук виключає з результатів пошуку потенційно непристойний контент.

Додаткові налаштування	<i>Значення за замовчуванням</i>	Пояснення
Шукати на:	<i>будь-яка мова (є довідник, що випадає)</i>	Пошук сторінок обраною мовою.
Країна:	<i>Будь-яка (є довідник, що випадає)</i>	Пошук сторінок, створених у певній країні.
Дата оновлення:	<i>Будь-яка (є довідник, що випадає)</i>	Пошук сторінок, які були створені або оновлені протягом зазначеного часу.
Сайт або домен:		Пошук на певному сайті (наприклад, wikipedia.org) або в домені (наприклад, .edu, .org або .gov).
Розташування слів:	<i>де завгодно на сторінці (є довідник, що випадає)</i>	Пошук у тексті, заголовку або адресі сторінок, а також за посиланнями на них

Безпечний пошук:	<i>Не показувати непристойні результати (є довідник, що випадає)</i>	Використовуйте Безпечний пошук, щоб позбутися неприємних і непристойних сайтів і картинок у результатах пошуку
Формат файлів:	<i>Будь-який (є довідник, що випадає)</i>	Пошук сторінок і файлів певного формату
Права на використання:	<i>з будь-якою ліцензією (є довідник, що випадає)</i>	Пошук сторінок, які можна безкоштовно використовувати, поширювати й змінювати.

Форма розширеного пошуку – https://www.google.com/advanced_search
Довідка з розширеного пошуку
<https://support.google.com/websearch/answer/35890>.

Уточнити або сформулювати аналогічний запит можна за допомогою спеціальних символів і слів, які називаються операторами
<https://support.google.com/websearch/answer/136861?hl=ru>

Додаткові інструменти уточнення запиту винесені на верхню панель, яка містить кілька **блоків фільтрів**.

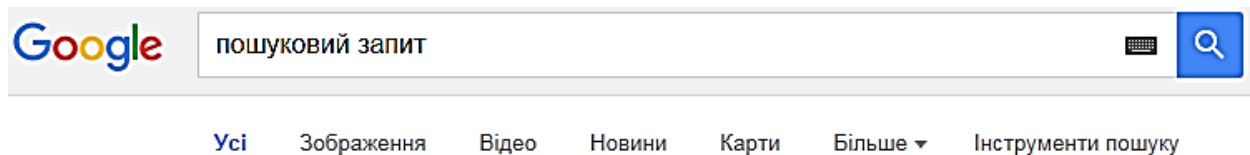


Рис. 3.15 Вертикальні бази Google та Інструменти пошуку

Блок пошуку в основних **вертикальних базах Google** дозволяє швидко перейти до результату в потрібній базі: «Усі»(веб), «Зображення», «Відео», «Новини», «Карти», ін.

Другий блок частково повторює переліки фільтрів «Інструменти пошуку» форми розширеного пошуку. За допомогою його інструментів можна відібрати результати, за мовою виконати відбір посилань, за датами додавання в індекс. Якщо користувач є власником аккаунту Google, система може розділити в списку видачі переглянуті й ще не переглянуті їм результати.

Рекомендації й поради по проведенню пошуку **«Як користуватися Google Пошуком»**

https://support.google.com/websearch/answer/134479?hl=ru&ref_topic=1753807

Про застосування **логічних операторів**

https://support.google.com/websearch/answer/136861?p=adv_operators&hl=ru

3.4.2 Пошук зображень

Інтерфейс для **розширеного пошуку зображень** аналогічний розширеному пошуку, розглянутому в попередньому розділі. (http://www.google.com/advanced_image_search)

Додаткові налаштування пошуку містять також кілька спеціальних фільтрів для зображень:

- розмір зображення (великі, середні, іконка тощо)
- співвідношення розмірів (високі, квадратні, широкі тощо)
- кольори зображень (різнокольорові, чорно-білі, певного кольору тощо)
- тип зображень (обличчя, фотографії, графіка, анімовані тощо).

Додаткові налаштування...

розмір зображення:	будь-якого розміру
співвідношення розмірів:	будь-яке співвідношення розмірів
кольори зображень:	<input checked="" type="radio"/> будь-якого кольору <input type="radio"/> різнокольорові <input type="radio"/> чорно-білі <input type="radio"/> прозорі <input type="radio"/> цього кольору: ■
тип зображень:	будь-якого типу
регіон:	будь-який регіон
сайт чи домен:	
Безпечний пошук:	Показувати найбільш відповідні результати
тип файлу:	будь-якого формату
права на використання:	не фільтрувати за ліцензією

Рис. 3.16 Інтерфейс розширеного пошуку для зображень

3.4.3 Історія веб-пошуку

Ймовірно в кожного траплялися ситуації, коли інформація була знайдена раніше, а в цей момент отримана раніше інформація ніяк не знаходиться! Помічником у такому випадку буде **Історія пошуку**. https://support.google.com/accounts/answer/54068?p=adv_history&hl=ru

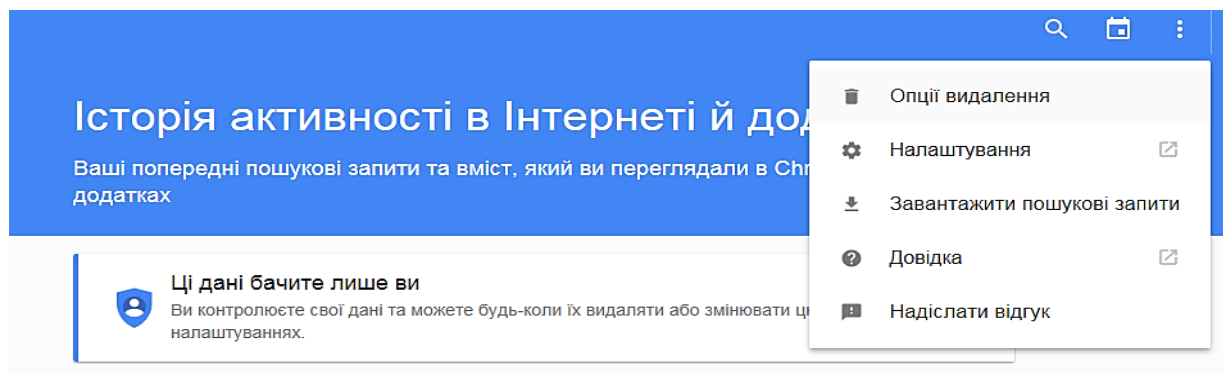


Рис. 3.17 Історія веб-пошуку

3.4.4 Google Книги

Розвиток комп'ютерних технологій супроводжується постійним збільшенням кількості міжнародних і вітчизняних проектів з оцифрування колекцій бібліотек, музеїв і архівів, створенням електронних архівів журналів, електронним видавництвом й поширенням електронних книг. Тим самим традиційне видавництво й уся сфера інформації одержують нові можливості та напрямки розвитку. Можливо це стало однією з причин появи **Google Книги** (Google Books, <https://books.google.com>).

Довідкова служба Google Книги

https://support.google.com/books/answer/43724?hl=ru&ref_topic=9259

Пошук книг здійснюється так само, як і веб-пошук. У результатах відображаються посилання на книги, що відповідають умовам пошуку. Користувач може скористатися попереднім переглядом книги, а в деяких випадках прочитати весь текст, якщо на книгу не поширюються авторські права та це не суперечить умовам видавця. Якщо книга знаходиться у вільному доступі, її електронну версію можна завантажити на власний пристрій.

Відшукавши необхідне видання, читачу доступна інформація:

- де її можна придбати – «Де придбати»;
- де взяти для читання – «Знайти в бібліотеці».

Для зручності роботи система передбачає формування індивідуальної бібліотеки на Google Книги. Для цього достатньо натиснути «Додати до моєї бібліотеки» на сторінці з потрібним виданням.

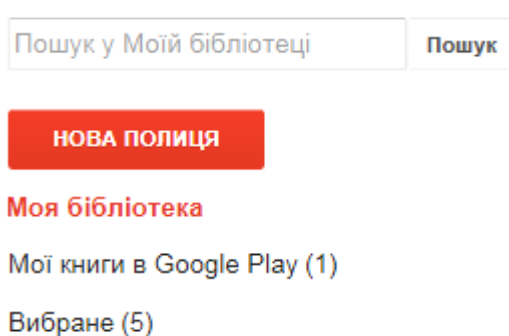


Рис. 3.18 Формування «Моєї бібліотеки»

«Моя бібліотека» дозволяє розподіляти джерела по полицях.

Нові книжкові полиці для зручності систематизації матеріалу створюються згідно з потребами користувача.

Крім книжкових видань є можливість відбору різних видів ресурсів з різними режимами доступу до них, у тому числі й з повним. Усі ці та інші можливості доступні на сторінці розширеного пошуку.

Знайти результати	з усіма словами	<input type="text"/>	10 результатів	<input type="button" value="Пошук Google"/>
	що містять точну фразу	<input type="text"/>		
	хоча б з одним зі слів	<input type="text"/>		
	що не містять слів	<input type="text"/>		
Пошук:	<input checked="" type="radio"/> Усі книги <input type="radio"/> Обмежений попередній перегляд і повний перегляд <input type="radio"/> Тільки повний перегляд <input type="radio"/> Лише електронні книги Google			
Вміст:	<input checked="" type="radio"/> Увесь вміст <input type="radio"/> Книги <input type="radio"/> Журнали			
Мова	Показувати сторінки такою мовою:	<input type="text" value="усі мови"/>		
Назва	Відобразити книги з назвою	<input type="text" value="наприклад, Books and Culture"/>		
Автор	Відобразити книги, написані	<input type="text" value='наприклад, Hamilton Mabie або "Hamilton Wright Mabie'/>		
Видавець	Відобразити книги, видані	<input type="text" value="наприклад, O'Reilly"/>		
Дата публікації	<input checked="" type="radio"/> Показати вміст, надрукований будь-коли <input type="radio"/> Показати вміст, надрукований у період між	<input type="text" value=""/> і <input type="text" value=""/> напр. 1999 і 2000 або січ. 1999 і груд. 2000		
ISBN	Відобразити книги з номерами ISBN	<input type="text" value="наприклад, 0060930314"/>		
ISBN	Відобразити книги з номерами ISBN	<input type="text"/>		

Рис. 3.19 Інтерфейс розширеного пошуку для книг

Пошукова система Google Книги має багато різних функціональних можливостей. Служба дозволяє визначити найближчу бібліотеку, в якій перебуває книга, торговельного розповсюджувача, одержати повний опис документа, інформацію для коректного цитування (різні стандарти).

Пошук документа для визначення бібліотеки-власника проходить у найбільшому бібліотечному каталозі світу WorldCat (<http://www.worldcat.org>). З об'єктивних причин у WorldCat недостатньо представлений наш регіон, тому ймовірність визначити місце знаходження іноземного джерела вища, ніж регіонального.

Наприклад, іноземне видання було знайдено в WorldCat.



Рис. 3.20 Видання у Google Книги

«Знайти в бібліотеці» допомогло знайти повний опис видання, однак не підказало місце знаходження книги. <http://www.worldcat.org/title/library-20-initiatives-in-academic-libraries/oclc/177818002>



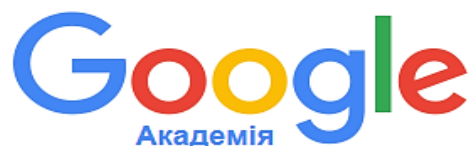
Рис. 3.21 Інформація про видання у WorldCat

3.4.5 Google Академія

Рекламний слоган Академії Google – «На плечах у Титанів науки» – це данина вченим, які забезпечують розвиток науки протягом століть.

Google Академія (Google Scholar <http://scholar.google.com>) є вільно доступною пошуковою системою, яка індексує повний текст наукових публікацій усіх форматів і дисциплін. Google Академія забезпечує пошук в інформаційних ресурсах академічних видавництв, професійних товариств, інтернет-архівів, університетів за різними дисциплінами і джерелами: статті, тези, книги, реферати.

Моя бібліотека
 Мої цитати
 Мої оновлення
 Сповіщення
 Більше ▾



На плечах у Титанів науки

Рис. 3.22 Простий пошук Google Академії

Функціональні можливості

<http://scholar.google.com/intl/ru/scholar/about.html>

Дата виходу в статусі бета-версії – листопад 2004 року. Індекс Google Академії містить у собі більшість рецензованих он-лайн журналів Європи й Америки найбільших наукових видавництв. За функціями вона схожа на вільно доступні системи CiteSeer.

Про контент:

<http://scholar.google.com/intl/en/scholar/inclusion.html#content>

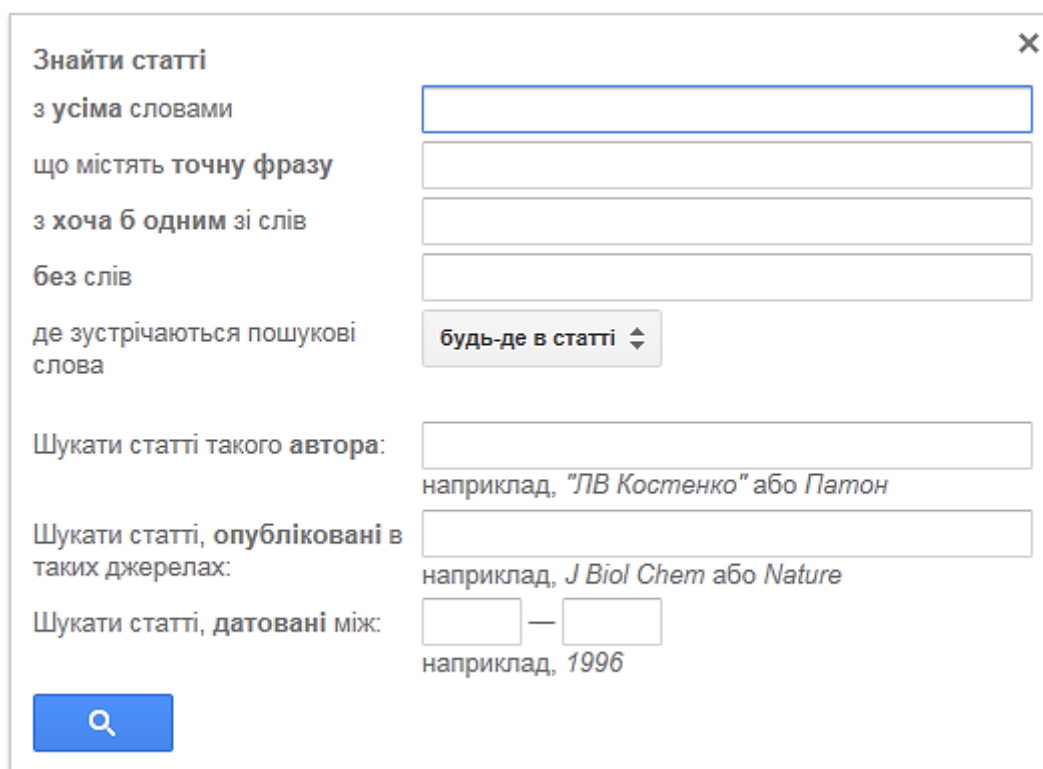
Індексує веб-сегменти:

- розділи сайтів наукових й освітніх установ;
- особисті сайти дослідників;
- он-лайнові видавничі платформи;
- інші спеціалізовані веб-ресурси.

Обмеження та критика:

- недостатність даних про його охоплення;
- деякі видавці не дозволяють йому індексацію своїх журналів;
- не публікується перелік наукових журналів, що індексуються;
- частота оновлення невідома.

Робота в Google Академія аналогічна веб-пошуку. Система має простий і розширений інтерфейс для пошуку.



The image shows a screenshot of the Google Scholar search interface. It features a search bar at the top with a magnifying glass icon. Below the search bar, there are several search filters and options:

- Знайти статті** (Find articles)
- з усіма словами** (with all words) - input field
- що містять точну фразу** (that contain the exact phrase) - input field
- з хоча б одним зі слів** (with at least one of the words) - input field
- без слів** (without words) - input field
- де зустрічаються пошукові слова** (where search words are encountered) - dropdown menu with "будь-де в статті" (anywhere in the article) selected
- Шукати статті такого автора:** (Search for articles by this author) - input field with example: "ЛВ Костенко" або Патон
- Шукати статті, опубліковані в таких джерелах:** (Search for articles published in these sources) - input field with example: J Biol Chem або Nature
- Шукати статті, датовані між:** (Search for articles dated between) - two input fields with a minus sign between them, example: 1996

A blue search button with a magnifying glass icon is located at the bottom left of the interface.

Рис. 3.23 Інтерфейс розширеного пошуку Академії Google

Важливою відмінністю від звичайного пошуку є те, що пошукові дані вносяться в певні інформаційні поля (автор, найменування видання, дати публікації). Google Академія підтримує також більшість операторів Google.


Особливості Google Академії:

- пошук будь-яких наукових видань з одного зручного місця;
- визначення зв'язків: цитування, авторів, публікацій, джерел;
- інформація про повний текст документу через вашу бібліотеку або в Інтернеті;
- моніторинг останніх подій в будь-якій галузі досліджень;
- створення загальнодоступного профіля автора з посиланнями на власні публікації.

3.4.6 Бібліографічні посилання Google Академії

Бібліографічні посилання Google Академії дозволяють авторам стежити за цитуванням своїх статей, дізнаватися, хто посилається на публікації, створити діаграму цитування й обчислити показники. Крім того, можна зробити свій профіль загальнодоступним, щоб він відображався в результатах пошуку за іменем автора. Ця функція корисна авторам, які стежать за використанням своїх публікацій. (<http://scholar.google.com/intl/ru/scholar/citations.html>)

Щоб створити профіль автора необхідно зареєструватися у службі «Бібліографічні посилання Google Академії».

1. Увійти в аккаунт Google в GoogleАкадемії <http://scholar.google.com>.
2. Перейти на «Мої цитати»  Мої цитати
3. Вказати додаткові відомості (місце роботи, інтереси, адреса електронної пошти в домені наукової установи, завантажити фото і т.ін.).
4. Додати власні статті у профіль.
5. Вказати режим оновлення профілю.

Реєстрація безкоштовна.

Для того щоб профіль автора відображався в результатах пошуку Google Академії він повинен бути:

- загальнодоступним;
- містити підтвержену адресу електронної пошти наукової установи, до якої належить автор.

Основне меню знаходиться на головній сторінці Google Академії: створення власної бібліотеки та авторського профілю, перегляд оновлень, активація оповіщення, перегляд наукометричних показників, загальні налаштування.







 Моя бібліотека  Мої цитати  Мої оновлення  Сповіщення  Показники  Налаштування

Рис. 3.24 Меню Google Академії

Google Академія забезпечує вільний доступ до **Google Scholar Метрик**, які обраховуються для авторів, організацій, видань. Детальніше <http://scholar.google.com.ua/intl/ru/scholar/metrics.html>

Google Академія

▼ англійська

Найкращі публікації - англійська Докладніше

Публікація	Індекс h5	Медіана h5
1. Nature	377	529
2. The New England Journal of Medicine	328	520
3. Science	316	446
4. The Lancet	258	415
5. Cell	216	330
6. Proceedings of the National Academy of Sciences	216	280
7. Journal of Clinical Oncology	202	296
8. Journal of the American Chemical Society	199	263
9. Chemical Reviews	196	351
10. Chemical Society reviews	194	282
11. Physical Review Letters	194	271
12. Advanced Materials	190	262
13. JAMA: The Journal of the American Medical Association	184	277

Рис. 3.25 «Показники» в Google Академії

Користувачу доступні **топ-100 публікацій** на декількох мовах, впорядковані за індексами **h5-index** (H-індекс для статей, опублікованих протягом останніх 5 повних років) та **h5-median** (середнє число цитат для статей, що складають його h5-індекс).

3.4.7 Google Patents

Advanced Patent Search – Google

http://www.google.com/advanced_patent_search індексує патенти й патентні заявки зі Сполучених Штатів за патентами й товарними знаками (United States Patent and Trademark Office). Із серпня 2012 року доступні також і європейські патентні документи. У базі представлено більше 8 млн. документів.

Знайти результати	з усіма словами	<input type="text"/>	10 результатів <input type="button" value="Пошук Google"/>
	що містять точну фразу	<input type="text"/>	
	хоча б з одним зі слів	<input type="text"/>	
	що не містять слів	<input type="text"/>	
Номер патенту	Знайти патенти за номером патенту	<input type="text"/>	
Назва	Знайти патенти за назвою патенту	<input type="text"/>	
Винахідник	Знайти патенти за ім'ям винахідника	<input type="text"/>	Ім'я і/або прізвище
Оригінальний правонаступник	Знайти патенти за ім'ям оригінального правонаступника	<input type="text"/>	Ім'я і/або прізвище
Поточна класифікація в США	Знайти патенти за поточною класифікацією в США	<input type="text"/>	Розділений комами список з одного чи кількох кодів класифікації.
Міжнародна класифікація	Знайти патенти за міжнародною класифікацією	<input type="text"/>	Розділений комами список з одного чи кількох кодів класифікації.
Об'єднана класифікація	Знайти патенти за об'єднаною класифікацією	<input type="text"/>	Розділений комами список з одного чи кількох кодів класифікації.
Тип або статус патенту	Знайти патенти цього типу або статусу	<input type="text" value="Будь-який тип або статус"/>	
Дата	<input checked="" type="radio"/> Знайти патенти за весь час <input type="radio"/> Знайти патенти за період <input type="text"/> - <input type="text"/> напр. 1999 і 2000 або січ. 1999 і груд. 2000		
Обмежити за	<input type="text"/>		

Рис. 3.26 Інтерфейс розширеного пошуку Advanced Patent Search – Google

Про Advanced Patent Search – Google
http://en.wikipedia.org/wiki/Google_Patents

3.4.8 Google Перекладач

Беззаперечно корисним сервісом є перекладач – Google Перекладач (Google Translate, <https://translate.google.com.ua>). Довідка Google Translate <https://support.google.com/translate/#googtrans/en/uk>

Довідка надає інформацію з найбільш вживаних функцій перекладача:

- переклад тексту, тексту в зображеннях, продиктованого тексту; рукописних запитів, двомовних бесід, веб-сторінок і документів;
- переклад у режимі оф-лайн;
- перегляд і видалення історії перекладів;
- збереження перекладів в розмовнику;
- інше.

Вагомою перевагою перекладацької служби Google є велика кількість підтримуваних мов. Для текстів із «загальної» лексики якість перекладу з основних європейських мов є задовільною. При використанні сервісу для ресурсів певної тематики, якість перекладу може погіршитися.

Додаткові програми для роботи з Google (для браузерів):

- пошукові плагіни;

- офіційна панель інструментів Google.

Вони забезпечують швидкий доступ до пошуку у вертикальних базах та до інших веб-сервісів Google у тому числі й до історії пошуку аккаунта користувача Google.

3.5 Джерела інформації

*Є особливо ефективний метод отримання інформації. Потрібно просто піти туди, де працюють, і подивитися, що там робиться.
Ендрю Гроув, засновник Intel*

Важлива якість інформації – ступінь її відповідності запиту споживачів. Властивість інформації є відносною, тому що залежить від потреб споживача інформації. Розглянемо одну з її ключових властивостей:

Об'єктивна інформація завжди достовірна, але достовірна інформація може бути як об'єктивною, так і суб'єктивною. Причинами недостовірності можуть бути: навмисне викривлення (дезінформація); ненавмисне викривлення суб'єктивної властивості; викривлення в результаті впливу перешкод; помилки фіксації інформації.

Достовірність – інформація, що не викликає жодних сумнівів.

Достовірність інформації щодо відсутності в ній елементів дезінформації залежить від **надійності джерела**. Достовірні електронні ресурси публікуються на офіційних Інтернет порталах, сайтах організацій – власників інформації.

3.5.1 Постачальники інформації

Нові технології розширюють доступ до книг і журналів та надають видавництвам можливість їх широкого поширення через Інтернет. Електронне видання має деякі переваги для видавця й читача: можливість публікації розширеної версії книги, надання тексту в різних форматах, спеціальні можливості роботи з текстом, яких не має паперовий екземпляр, використання пошуково-аналітичних систем.

Кожне третє видавництво, яке представлене на Франкфуртському книжковому ярмарку має серед своєї продукції електронну літературу. Найбільшим світовим видавництвом наукової літератури є видавництво Elsevier. Його діяльність і віртуальна присутність в Інтернет є типовою для багатьох світових видавництв.

Із загального обсягу продажів науково-технічних і медичних публікацій у Європі в 2002-2005 роках майже 50% припадає на мереживі продукти. Лідирують відомі компанії Elsevier, Kluwer, Thomson, Springer, Ovid, Wiley.

Джерела інформації можна класифікувати за безліччю ознак. Тому що в більшості випадків найбільш важливим для користувача є **доступність**,

тобто можливість одержання повного документа. Розглянемо джерела інформації за видами доступу до них: вільний, гібридний, закритий (Рис.27).

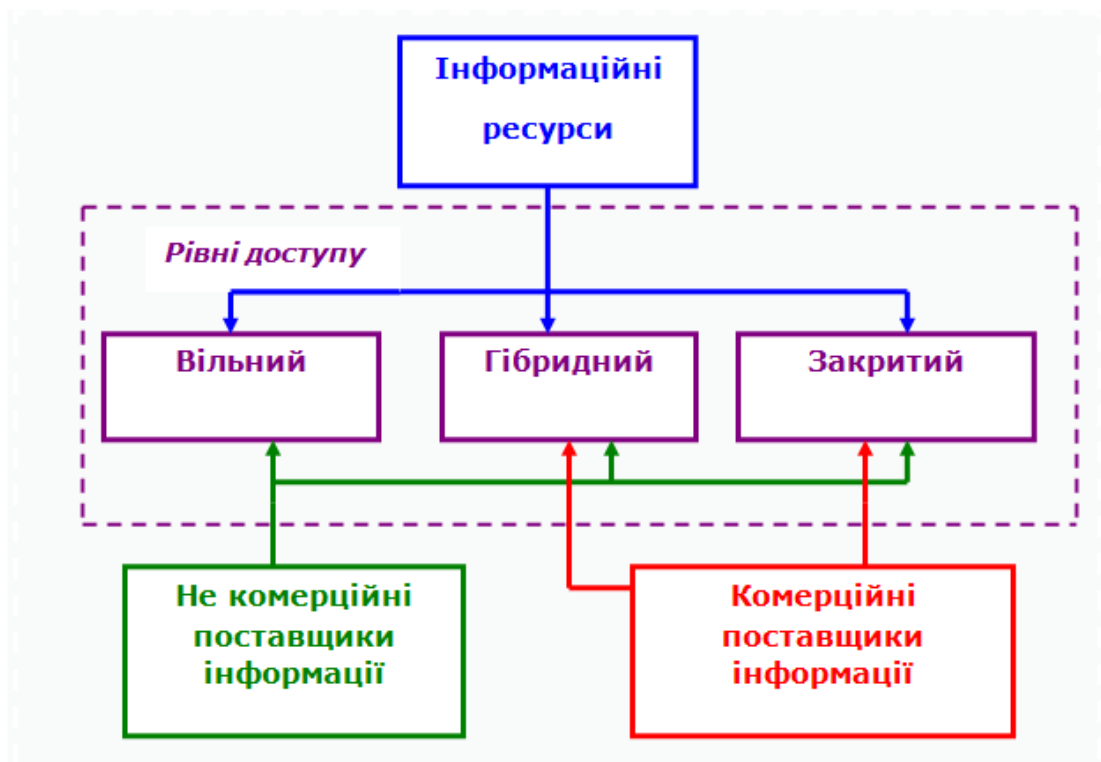


Рис. 3.27 Види інформації за рівнем доступу

Комерційні постачальники інформації в основному надають для користувачів ресурси в закритому й гібридному доступі. Некомерційні постачальники інформації генерують БД усіх рівнів доступу.

3.5.2 Закриті ресурси

Інформаційні ресурси в **закритому доступі** формують різні організації. Наприклад, більшість продуктів, власниками яких є компанії Thomson Reuters і Elsevier доступні тільки за передплатою й недоступні звичайному користувачеві. Компанія Elsevier (<http://www.elsevier.com>)

Сучасна компанія «Elsevier» була заснована в 1880 році голландським продавцем й імпортером англomовних книг Яковом Джорджем Робберсом. У 1930-х рр. компанія була серед перших, хто почав перекладати німецькі наукові тексти й підручники на англійську мову для того, щоб знання були доступні вченим усього світу. Одним із самих ранніх перекладів був переклад праці лауреата Нобелівської премії Пауля Каррера «Органічна хімія».

У 1960-х рр. «Elsevier» заснувавши Elsevier Publishing Company NV та Elsevier Publishing Company розпочато процес глобалізації компанії.

Протягом своєї більш ніж двохсотлітньої історії видавництво «Elsevier» розбудовувалося відповідно до змін інформаційних потреб своїх читачів. Саме орієнтація на цифровий формат – приклад одного з перетворень.

Видавництво «Elsevier» – це більше 22 тис. назв видавничої продукції та послуг: журнали, книги, електронні версії й послуги, бази даних і портали, що обслуговують глобальні наукові спільноти.

Створюючи електронні колекції публікацій, «Elsevier» забезпечує on-line доступ до своїх ресурсів. Висока вартість передплати компенсується високою якістю та різноманітністю колекцій.

Деякі зарубіжні комерційні постачальники інформації:

- Chemical Abstracts Service (CAS) <http://www.cas.org/>
- Lexisnexis <http://www.lexisnexis.com>
- Proquest <http://www.proquest.com>

Доступ до інформації високої якості можна одержати через **передплатні агентства**. У міжнародну Асоціацію передплатних агентств входить більше 40 компаній. На території СНД найбільш відомі три великі передплатні агентства: EBSCO, Blackwell/Swets, Dawson/Faxon.

3.5.3 Гібридні ресурси

Ресурси **гібридного доступу формують** багато організацій. На підтримку руху «Відкритого доступу» формуються колекції відкритих або гібридних (відкрита частина статей за бажанням автора) журналів. Для залучення читачів тимчасово відкриваються на невеликий термін колекції, бази даних, окремі журнали. Видавництво **Springer** публікує близько 3200 найменувань журналів (<http://link.springer.com/search?facet-content-type=%22Journal%22>).

Серед них більше 400 найменувань журналів у вільному доступі – Journals Open Access (Рис. 28).

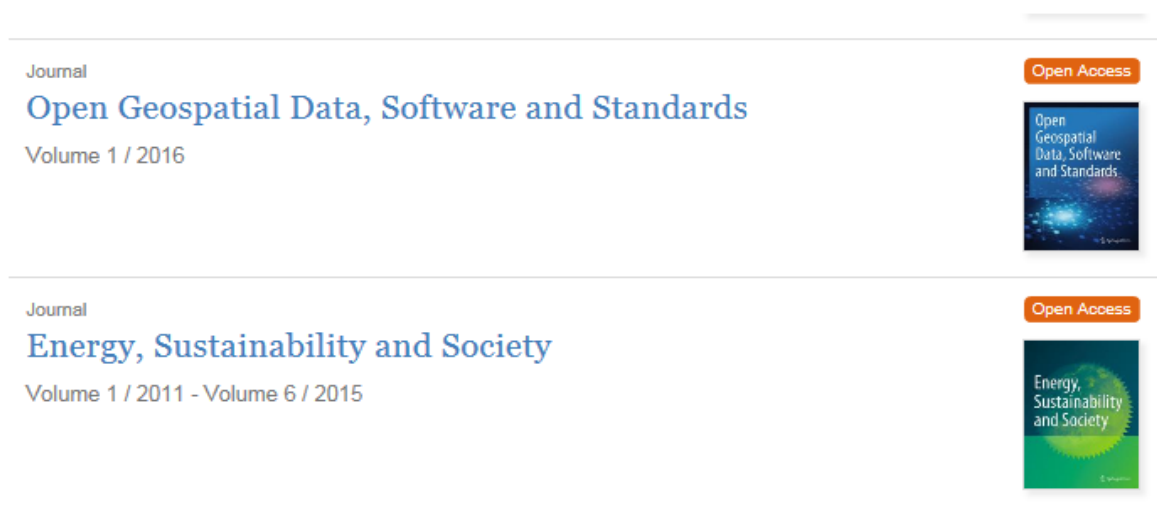


Рис. 3.28 Journals Open Access від Springer

Видавництво **Wiley-Blackwell** у режимі on-line (<http://olabout.wiley.com/WileyCDA/Section/id-406071.html>) публікує журнали відкритого та гібридного доступу (Pay-to-Publish Open Access), реалізує політику самоархівування (Wiley's Self-Archiving Policy) та надає можливість використання Сервісу обміну даними (Wiley's Data Sharing Service) (Рис.29).

Wiley Online Library > About Us > Open Access

Wiley Online Library

About Us

Products

Open Access

- Wiley Open Access
- OnlineOpen
- Self-Archiving
- Data Sharing
- Institutional and Funder Payments
- Open Access Policies

Logos and URLs

Policies

e-Alerts

Technical Information

Resources

Contact Us

Enhance Your Research Experience

Open Access

Open access articles are freely available to read, download and share. In collaboration with society and journal partners, Wiley offers the following open access options:

Pay-to-Publish Open Access

Wiley Open Access
Fully open access journals

Wiley Open Access is our program of fully open access journals. Every article is published open access.

OnlineOpen
Hybrid open access journals

OnlineOpen is our program of subscription journals which offer authors the option to make their articles open access.

Self-Archiving Open Access

Self-Archiving
Peer-reviewed versions on personal website

Self-archiving allows non-final versions to be hosted on a personal or institutional website. Submitted versions may be archived immediately and accepted versions after an embargo period.

Open Research Data

Open Data
Data sharing service

Wiley's Data Sharing Service enables authors to automatically archive their data in a public repository, saving time and helping authors comply with funder requests.

Рис. 3.29 Wiley On-line Library

Wiley Open Access – програма публікації журналів відкритого доступу. Усі наукові статті, опубліковані в журналах відкритого доступу Wiley, одразу доступні для читання, завантаження та поширення. Більше ніж 1300 журналів є журналами гібридного доступу Wiley (On-line Open).

Відоме видавництво Оксфордського університету (Oxford University Press) (<http://www.oxfordjournals.org/oxfordopen/>) підвищує доступність Oxford Journals завдяки публікаціям у відкритому доступі (Рис.30). Видавництво Оксфордського університету публікує документи у відкритому доступі з 2004 р. На початку 2011 року Oxford University Press публікував 6 найменувань видань у відкритому доступі, а на початку 2012 - їх кількість зросла до 8, у 2013 році – до 17, у 2015 році – 32.








<p>Home</p> <p>Oxford Open</p> <p>Author Loyalty Discount</p> <p>Case Studies</p> <p>Charges</p> <p>Complying with Funder Policies</p> <p>Funding sources for Article Processing Charges</p> <p>Licences</p> <p>Open Access Books</p> <p>OUP Open Access Prepayment Account</p> <p>Outreach</p>	<h2 style="margin: 0;">Oxford Open</h2> <p>OUP Supports Open Access</p> <p>Oxford University Press (OUP) is mission-driven to facilitate the widest possible dissemination of high-quality research. We embrace both green and gold open access (OA) publishing to support this mission.</p> <p>A Proven Track Record of Success</p> <p>OUP has been publishing OA content since 2004. Since that time, 'gold' OA has grown dramatically and proven effective in some disciplines. For example, <i>Nucleic Acids Research</i> moved from a subscription publication to an OA model in 2005 and has gone from strength to strength, earning its highest impact factor ever in 2013.</p> <p>We have also successfully launched or taken over high-quality OA titles, including: <i>Genome Biology and Evolution</i>, <i>Journal of Legal Analysis</i>, <i>Progress of Theoretical and Experimental Physics</i>, and <i>Database</i>.</p> <p>OUP facilitates green OA either by allowing authors to deposit versions of their manuscripts in institutional or subject repositories after a specified time period, or depositing the version of record</p>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>Connect</p> <p>   </p> <p> RSS  eAlerts</p> </div> <p style="text-align: center;"></p>
--	--	--

Рис. 3.30 Oxford Open

Oxford University Press (OUP) сприяє поширенню якісного наукового контенту. OUP підтримує зелений і золотий шляхи відкритого доступу.

Прикладом популяризації та залучення користувачів шляхом тимчасового відкриття частини ресурсів є **Ovid**. Ovid є частиною Wolters Kluwer Health провідного постачальника інформації з бізнес-аналітики для студентів, фахівців й установ в області медицини. Wolters Kluwer Health складається з даних від авторитетних видавців, таких як Lippincott Williams & Wilkins and Facts & Comparisons® та електронних джерел інформації, таких, як Ovid®, Uptodate®, Medi-Span® і Provation® Medical. «Журнал і ресурс місяця» від цієї компанії дає можливість щомісяця безкоштовно знайомитися з однією базою даних і кількома журналами (<http://www.ovid.com/webapp/wcs/stores/servlet/topCategories?storeId=13051&catalogId=13151&langId=-1>) (рис. 3.31).



<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px;"> <p> Resource of the Month</p> <p>Each month, get instant, free access for different resources all month long!</p> <p>Amirsys Anatomy Reference Center <i>This unique reference offers a combination of high-quality images and evidence-based diagnoses spanning a wide range of topics.</i> Product Info Test Drive Free</p> <p>Visible Body Anatomy & Physiology <i>This interactive 3D teaching resource is comprised of 50 modules to present core content of basic anatomy and physiology courses.</i> Product Info Test Drive Free</p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 10px;"> <p> Journals of the Month</p> <p>Each month, get instant, free access for different journals all month long!</p> <p>Spine <i>Broken down into 100 conditions, bulleted text and helpful illustrations provide a clinical roadmap for diagnosing and treating spine disorders.</i> Product Info Test Drive Free</p> <p>Journal of Continuing Education in the Health Professions <i>This quarterly journal publishes articles relevant to theory, practice, and policy development.</i> Product Info Test Drive Free</p> </div>
--	---

Рис. 3.31 «Ресурс місяця» від Ovid.

До некомерційних постачальників інформації відносяться наукові організації, державні установи й неприбуткові організації. Наприклад:

- Eduserv (<http://www.eduserv.org.uk/>) (некомерційна організація, що постачає матеріали з освіти, надає інформаційні послуги у сфері освіти).
- ERIC: Educational Resource Information Center (<http://www.eric.ed.gov>) (освітні ресурси (United States Department of Education)).
- American Chemical Society – The world's largest scientific society (<http://www.acs.org>) (американське хімічне товариство).
- The American Institute of Physics (<http://www.aip.org>) (американський інститут фізики).
- British Library (<http://www.bl.uk/>) (британська національна бібліотека)
- OCLC (<http://www.oclc.org>) (найбільше бібліографічне підприємство світу).
- Oxford University Press (<http://www.oup.com>) (видавництво Оксфордського університету).

3.5.4 Відкриті ресурси

Що таке рух «Відкритого доступу» у середовищі наукових комунікацій?

Вільний доступ до інформації є важливою складовою наукових досліджень у сучасному глобальному світі, підстава для подальшого розвитку науки, освіти й суспільства, інтеграції України у світове академічне співтовариство» (Ольвійська Хартія, 2009).

В останні роки традиційні канали поширення результатів наукових досліджень за допомогою публікацій у наукових журналах відчують наявність глибоких змін, пов'язаних з переходом від традиційної публікації до створення відкритих архівів наукової продукції. Через цю та інші причини на заході в 1990-х роках виник і бурхливо розвивається потужний суспільний рух за відкритий доступ до результатів досліджень (Open Access to Research).

Відкритий доступ (ВД) – це спосіб наукової комунікації шляхом реалізації права автора твору на доведення до наукової спільноти таким чином, що будь-яка особа може одержати доступ до твору з будь-якого місця й у будь-який час за власним вибором. Рішення про надання автором своєї публікації в Інтернет є добровільним. ВД не суперечить авторському праву, сприяє популярності автора, закріпленню наукового пріоритету, посиленню наукового впливу. Основні принципи відкритого доступу до наукових знань сформульовані в наступних документах:

- **Будапештська ініціатива «Відкритий доступ»** (Budapest Open Access Initiative), прийнята Інститутом «Відкрите Суспільство» у лютому 2002 року (<http://www.budapestopenaccessinitiative.org>).

- **Берлінська декларація** про відкритий доступ до наукових і гуманітарних знань (Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities), прийнята в жовтні 2003 року (<http://openaccess.mpg.de/Berlin-Declaration>).

Визначення відкритого доступу, надане в ході Будапештської ініціативи (BOAI): «Це право користувача читати, вивантажувати, копіювати, поширювати, друкувати, здійснювати пошук або проставляти гіперзв'язки до повного тексту статей». Модель Відкритого доступу, розроблена в рамках Берлінської декларації, поширює ідеї самоархівування й формування інституційних репозитаріїв (IP). Згідно до Берлінської декларації автори й правовласники дарують усім користувачам вільне необмежене право доступу й дозвіл на копіювання, використання, поширення, передачу та публічну демонстрацію, а також на поширення роботи в електронній формі для будь-яких законних цілей з відповідною вказівкою авторства, а також право на виготовлення невеликої кількості друкованих копій для особистого використання. Повна версія робіт і всіх супутніх матеріалів депонується (публікується), як найменше, в одному мережному репозитарії, що використовує прийняті технічні стандарти, підтримується співтовариством, державним агентством або іншим авторитетним інститутом, уповноваженим забезпечувати відкритий доступ, безперешкодне поширення, мережеву взаємодію й довгострокове зберігання.

У трактуванні **JISC** (UK's expert on information and digital technologies for education and research, <https://www.jisc.ac.uk/>) – однієї з основних організацій, що фінансують наукові дослідження в галузі інформатики у Великобританії, виглядає таким чином:

«Що є відкритий доступ: ... Дослідницька література у відкритому доступі є безкоштовними доступними в он-лайн копіями статей з рецензованих журналів, зі збірників праць конференцій, а також технічних звітів, дисертацій і препринтів. У більшості випадків не існує ліцензійних обмежень для доступу до них на читання. Вони можуть бути вільно використані для досліджень, навчання й інших цілей».

«Що не є відкритим доступом:... Це не самовидавництво, не шлях для відхилення від рецензування й контролю якості, прийнятого для публікації, не вид другосортного й дешевого опублікування матеріалів. Це простий засіб зробити результати досліджень доступні в он-лайн для всього співтовариства дослідників».

Здійснення «Відкритого доступу» реалізується за **двома взаємодоповнюючими напрямками:** журнали відкритого доступу; архіви (репозитарії) відкритого доступу (рис. 32).



Рис. 3.32 Ресурси відкритого доступу

Відкриті Архіви (ВА) – це розподілена сукупність інформаційних об’єктів, доступних у середовищі Інтернет.

ВА представляють собою інформаційні системи, побудовані на технології OAI-PMH (Open Archives Initiative Protocol for Metadata Harvesting). Відкриті архіви будуються за принципом розподіленої системи із загальним мережевим протоколом і програмним забезпеченням, що дозволяє розглядати їх як єдину інформаційну систему.

До **відкритих архівів** відносяться інституційні репозитарії відкритого доступу – привселюдно доступні архіви наукових, дослідницьких й освітніх організацій, в яких члени співтовариства розміщують свої опубліковані й підготовлені до друку статті й інші матеріали науково-дослідної та науково-організаційної діяльності. Репозитарії метаданих доступні для збирачів метаданих (Oai-Реєстрів), що функціонують згідно із протоколом OAI-PMH.

Журнали відкритого доступу публікують статті, що одержали експертну оцінку. Одним з перших і найвідоміших журналів відкритого доступу є arXiv (<http://arxiv.org/>) ArXiv розпочав діяти в 1991 році (США). У жовтні 2015 року Arxiv нараховував 1 079 383 розміщених статей з фізики, математики, комп’ютерних наук, біології, фінансів.

Принципи, на яких базується **ідеологія «Відкритого архіву»:**

- консолідація у світовому масштабі архівів наукових матеріалів;
- вільний доступ до архівів (до метаданих);
- погоджені інтерфейси архівів і постачальників інформації;
- простота використання;
- застосування існуючих стандартів – HTTP, XML, Dublin Core, MARC і тощо.

Застосування існуючих стандартів при формуванні ресурсів Відкритого доступу дозволяє **консолідувати їх у директоріях, реєстрах й інших зведених базах даних.** Найбільша директорія журналів відкритого доступу DOAJ (<http://www.doaj.org/>) містить 11 456 найменувань журналів, 2 237 152 статей, частина з них індексується Scopus Web of Science (Рис. 33).

journals articles [\[Advanced Search\]](#)

11,550 Journals
7,219 searchable at Article level
136 Countries
2,263,636 Articles

Directory of Open Access Journals (DOAJ)
DOAJ is an online directory that indexes and provides access to high quality, open access, peer-reviewed journals.
All journals that were accepted into DOAJ before March 2014 are now required to reapply. If you have a journal

FAQs
[Interacting with DOAJ](#)
[Open Access Information](#)
[Best Practice](#)
[Download metadata](#)

Рис. 3.33 Directory of Open Access Journals (DOAJ)

Великі реєстри репозитаріїв:

1. Реєстр відкритих архівів:
<http://www.openarchives.org/Register/BrowseSites>.
2. Реєстр репозиторіїв відкритого доступу: <http://roar.eprints.org/>.
3. Каталог відкритих репозитаріїв Opendoar / Directory of Open Access Repositories: <http://www.opendoar.org/>.
4. Система пошуку у відкритих архівах України: <http://oai.org.ua>.

Усі директорії й реєстри містять пошукові інструменти для роботи з електронними даними та аналітичні інструменти, наочно демонструють тенденції розвитку кожного окремого архіву й ситуації в цілому.

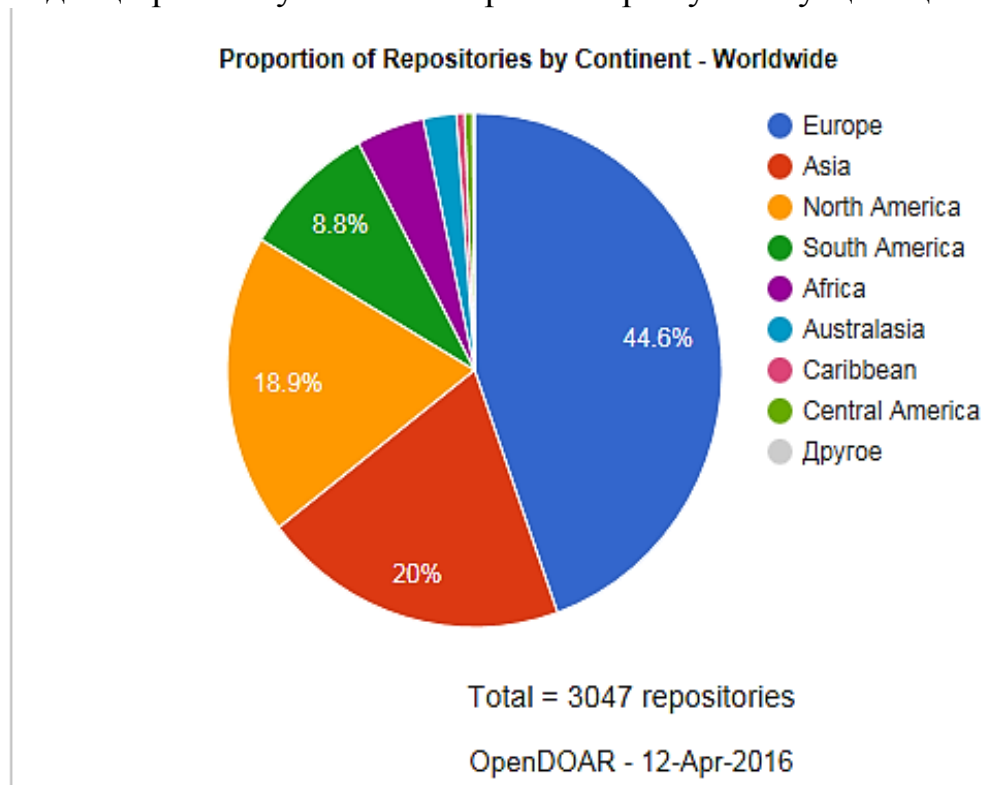


Рис. 3.34 Розподіл репозитаріїв по континентах за даними каталогу Opendoar.

За даними каталогу OpenDOAR спостерігається динаміка збільшення кількості репозитаріїв у світі (рис. 3.34, 3.35).

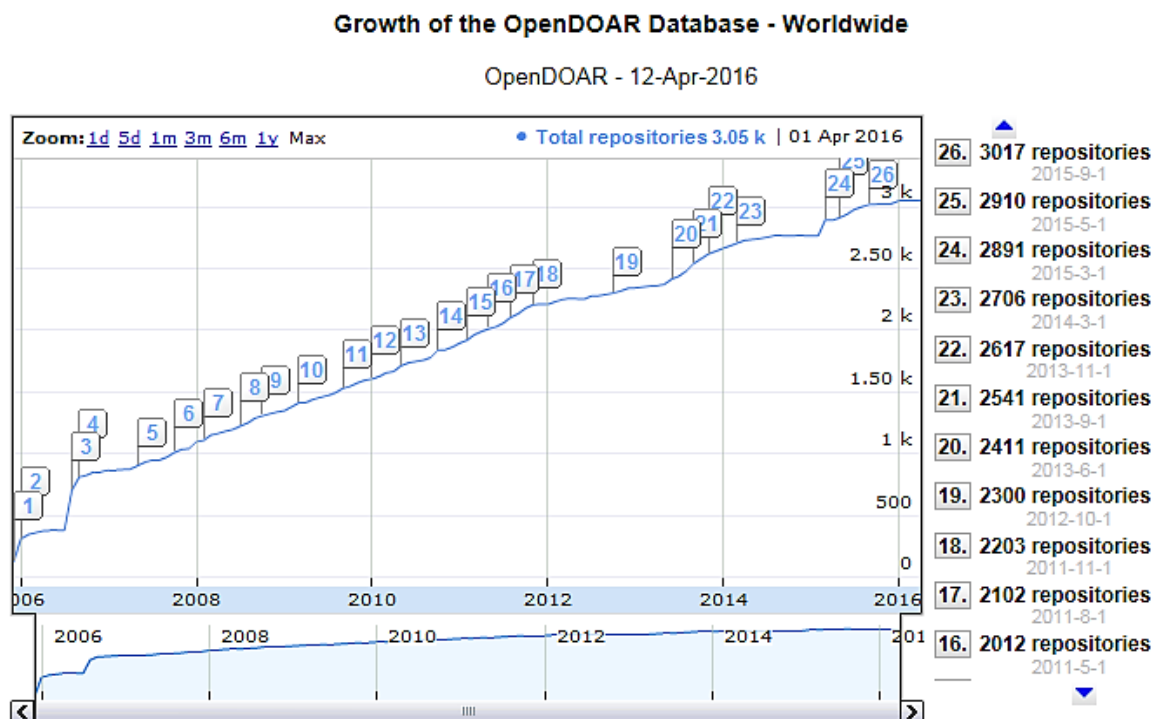


Рис. 3.35 Зростання кількості репозитаріїв у світі за даними OpenDOAR

Контрольні питання:

1. Поясніть основні критерії якості роботи пошукової системи.
2. Що таке спеціалізовані пошукові системи, яке їх призначення?
3. Що таке електронний каталог? Які Ви знаєте електронні каталоги? Як здійснюється пошук у такому каталозі?
4. Які продукти сімейства Google Ви використовуєте й чому?
5. Які бувають ресурси відкритого доступу?

4. ПОШУК У НАУКОВИХ ВИДАННЯХ

4.1 Колекції ресурсів і систем для пошуку інформації

*Я збираюся шукати грандіозне «можливо»
Франсуа Рабле*

Стратегічне завдання організацій, що надають доступ до інформації – створення єдиного пошукового інтерфейсу, який забезпечить доступ до різнотипних ресурсів, що зберігаються на різних інформаційних порталах.

Є також більш доступний шлях допомогти користувачеві знайти необхідний ресурс (електронну бібліотеку). Багато бібліотек або організацій, що забезпечують доступ до інформації формують для користувачів колекції ресурсів. Вони проводять моніторинг джерел, перевіряють та систематизують їх, а списки публікують на своїх платформах (сайтах).

Приклади колекцій (добірок) ресурсів.

Національна бібліотека України імені В.І. Вернадського представляє на своєму сайті Тематичний інтернет-навігатор (<http://nbuv.gov.ua/webnavigator>) – тематично згруповану інформацію про найбільш актуальні та інформативні ресурси мережі Інтернет (Рис. 4.1). Колекція інтернет-ресурсів містить тематичні рубрики, які охоплюють веб-сайти офіційного, галузевого та універсального характеру.

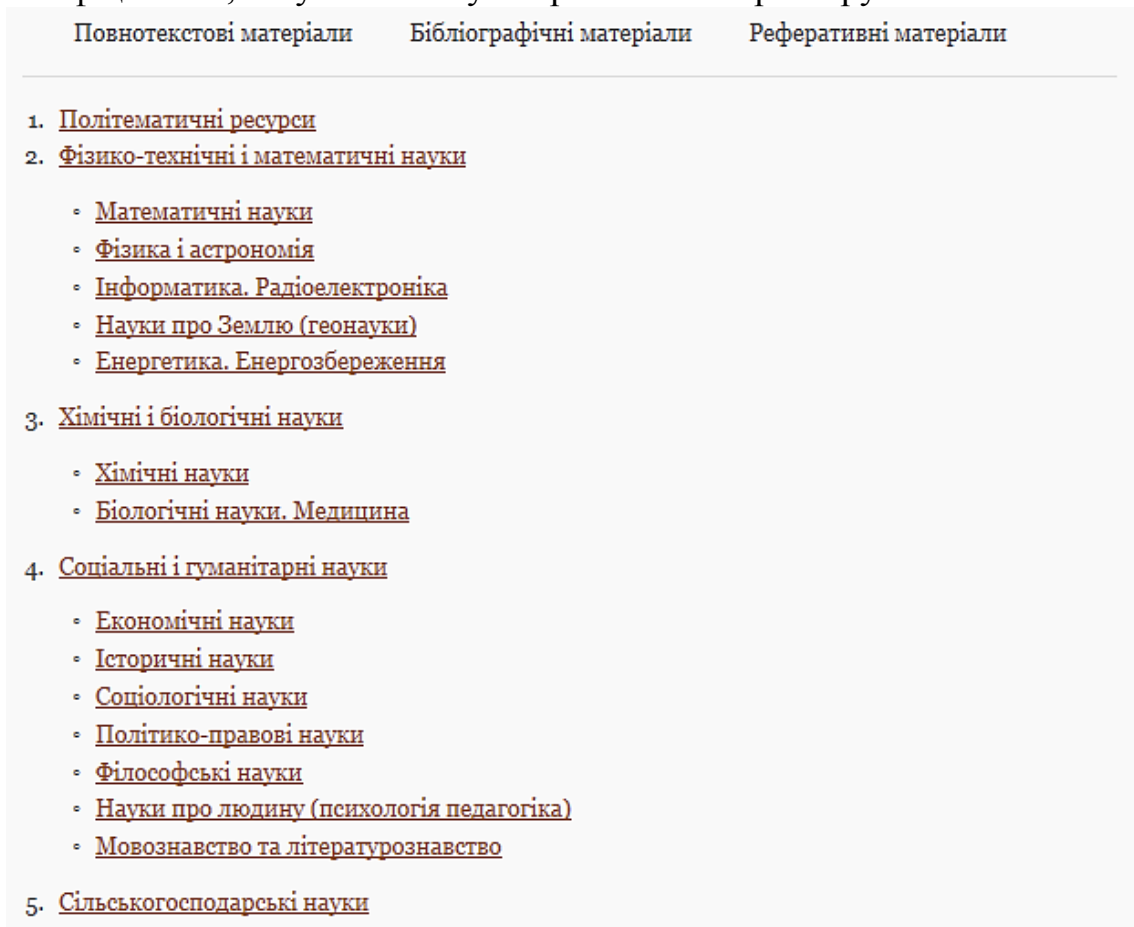


Рис. 4.1 Фрагмент інтерфейсу розділу «Джерела наукової інформації»(<http://nbuv.gov.ua/sciref>)

Анотований тематичний навігатор ресурсами Інтернету (Рис. 4.2) (http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=WEBL&P21DBN=WEBL&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=)

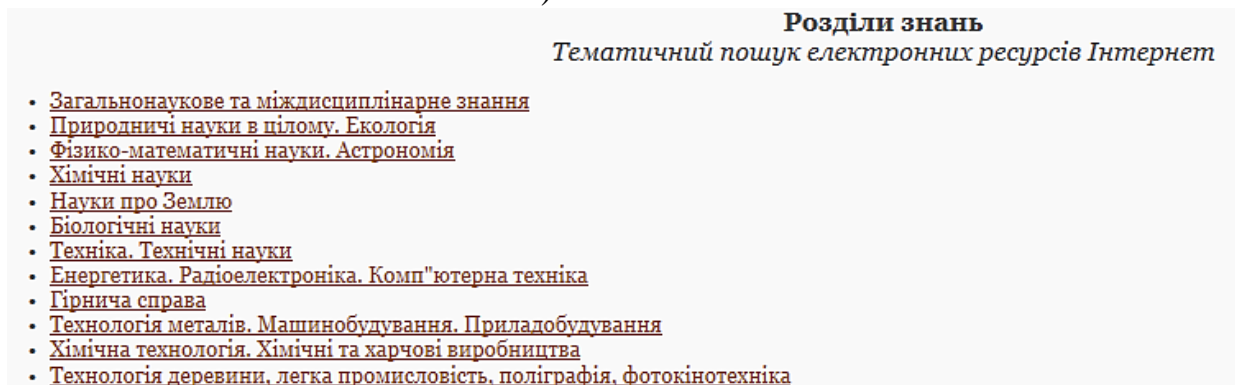


Рис. 4.2 Фрагмент інтерфейсу розділу «Анотований тематичний навігатор ресурсами Інтернету»

ELibUkr (<http://www.elibukr.org/>) – «Електронна бібліотека України: створення Центрів знань в університетах України» – інноваційний проект, що об'єднує бібліотеки вищих навчальних закладів, національні бібліотеки та інші організації України (Рис. 4.3).

Інформація про ресурси знаходиться в розділах: «Електронні архіви», «Ресурси»



Рис. 4.3 Інтерфейс розділу «Ресурси відкритого доступу»

Wikipedia на своїх сторінках пропонує свою добірку академічних баз даних та пошукових систем «**List of academicdatabases and search engines**» (Рис. 4.4)

(https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_academic_databases_and_search_engines)

Name	Discipline(s)	Description	Access Cost	Provider(s)
Academic Search	Multidisciplinary	Several versions: Complete, Elite, Premier, and Alumni Edition ^[1]	Subscription	EBSCO Publishing ^[2]
Aerospace & High Technology Database	Aerospace, Aeronautics, Astronautics		Subscription	ProQuest ^[3]
African Journals OnLine (AJOL)	Multidisciplinary	Scholarly journals published in Africa ^[4]	Free abstracts; Subscription full-text	African Journals OnLine ^[5]
AgeLine	Sociology, Gerontology	Includes information on aging-related topics, including economics, public health and policy.	Subscription	EBSCO Publishing ^[6]
AGRICOLA: Agricultural Online Access	Agriculture		Free & Subscription	Produced by the United States National Agricultural Library. Free access provided by NAL. ^[7] Subscription access provided by ProQuest, ^[8] OVID. ^[9]
AGRIS: Agricultural database	Agriculture	Covers agriculture, forestry, animal husbandry, aquatic sciences and fisheries, human nutrition, extension literature from over 100 participating countries. Material includes unique grey literature such as unpublished scientific and technical reports, theses, conference papers, government publications, and more.	Free	Produced by the Food and Agriculture Organization of the United Nations. AGRIS

Рис. 4.4 List of academic databases and searchengines

Дивіться також у Wikipedia:

- Scholarly databases (https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Scholarly_databases);
- Scholarly search services (https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Scholarly_search_services);
- Full text scholarly online databases(https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Full_text_scholarly_online_databases);
- Bibliographic databases and indexes (https://en.wikipedia.org/wiki/Category:Bibliographic_databases_and_indexes).

Перелік цифрових бібліотек (проектів):

- List of educational video websites (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_educational_video_websites);
- List of neuroscience databases (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_neuroscience_databases);
- List of online databases (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_online_databases);
- List of Internet encyclopedias (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Internet_encyclopedias);
- List of open-access journals (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_open-access_journals);
- List of open-access projects (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_open-access_projects).
- List of repositories (https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_repositories)

Іспанська **Cybermetrics Lab** (<http://repositories.webometrics.info/en>) на своєму порталі публікує ранжирувані списки веб-ресурсів науково-дослідних й академічних установ, інституційних депозитаріїв (Рис. 4.5) ін.

Ukraine

ranking	World Rank	Instituto	Size	Visibility	Files Rich	scholar
1	204	Lviv Polytechnic National University Repository	259	607	143	41
2	211	Sumy State University Institutional Repository	269	585	120	66
3	360	Zhytomyr State University Library	539	855	270	105
4	368	Kharkov National Academy of Municipal Economy Repository	552	928	186	81
5	445	Kharkiv National University Institutional Repository	359	738	428	415
6	492	Ukrainian Academy of Banking National Bank of Ukraine Institutional Repository	323	985	310	284
7	641	National University of Food Technologies Institutional Repository eNUFTIR	974	1289	261	229
8	687	Digital Library of the National Academy of Educational Sciences of Ukraine	1136	1122	459	455
9	733	Ternopil State Ivan Puluj Technical University Electronic Archive	466	1183	573	597
10	760	Kyiv Mohyla Academy Institutional Repository	1652	761	926	881

Рис. 4.5 The Ranking Web of World repositories - Ukraine (квітень 2016)
(<http://repositories.webometrics.info/en/Europe/Ukraine%20>)

Журнал **Library Journal** регулярно проводить дослідження електронних ресурсів і визначає кращі бази даних: кращі бази даних 2013 року – <http://reviews.libraryjournal.com/2013/11/best-of/best-databases-2013>; список нових баз даних для наукових і публічних бібліотек – <http://reviews.libraryjournal.com/2013/11/best-of/best-databases-2013-new-database-releases>.

4.2. Наукометричні дослідження

*Дослідити - значить побачити те, що бачили всі,
і думати так, як не думав ніхто.
Альбер Сент-Дьордь*

Інфометрія вивчає математичні, статистичні методи і моделі та їхнє використання для кількісного аналізу структури й особливостей наукової інформації, закономірностей процесів наукової комунікації, включаючи виявлення самих цих закономірностей.

Сучасні бібліотеки реалізують дослідження в різних підгалузях інформетрії (**бібліометрія, наукометрія, вебометрія**).

Наукометрія – наукова дисципліна, яка вивчає розвиток науки через численні вимірювання наукової інформації, такі як кількість наукових статей, опублікованих у даний період часу, цитованості т.д.

Наукометричних індексів безліч, їх розраховують на підставі певних масивів інформації різні компанії. Наукометричні індекси розраховуються для видань, авторів, організацій тощо. Індекси бувають тематичні, регіональні й інші

Серед універсальних наукометричних БД найбільш затребувані й авторитетні показники **Web of Science (WoS)** і **Scopus**.

4.3. «Ядро» світових наукових періодичних видань та наукометричні індекси (**Web of science (Wos), Scopus**)

*Я міг би розколоти земну кулю, але ніколи не зроблю цього. Моєю головною метою було вказати на нові явища й поширити ідеї, які стануть відправними точками для нових досліджень.
Нікола Тесла*

Найбільш повний список усіх періодичних видань світу містить міжнародний каталог періодичних видань - **Ulrich's Periodicals Directory** (300 тис. назв періодичних видань, у т.ч. 27 тис. назв наукових журналів). Відсутність інформації про видання в Ulrich's Periodicals Directory показує, що видавець не приділяє необхідної уваги міжнародному рівню власного видання й не намагається забезпечити його передплату науковими бібліотеками світу. Доступ до каталогу надається за передплатою.

У світі найбільш широко відомі дві універсальні наукометричні платформи – **Web of science (WoS)** компанії **Thomson Reuters** (<http://thomsonreuters.com/>) і **Sciverse Scopus** видавництва **Elsevier** (<http://elsevierscience.ru/about/worldwide>). Ці бази даних належать авторитетним корпораціям, вони індексують десятки тисяч періодичних видань, використовуються по усьому світу в проектах оцінки публікаційної активності та наукової метрики вчених, при проведенні аналітико-прогностичних досліджень по регіонам і галузям науки. **Web of science та Scopus** вимагають видавництва виконувати перелік серйозних вимог до наукових публікацій, тим самим забезпечують відбір найкращих наукових журналів і формують «ядро» найкращих світових наукових періодичних видань. Серед них є журнали з відкритим доступом (**Open Access Journals**).

У різних науково-інформаційних сегментах одна із двох баз демонструє більш повні показники, але однозначного «лідера» немає. Вважається, що 2/3 усіх наукових публікацій індексуються в обох наукометричних платформах, а на кожній перебуває близько 1/3.

4.3.1 Web of Science

Web of Science – пошукова платформа, яка об'єднує реферативні бази даних публікацій у наукових журналах, патенти, у тому числі бази, що враховують взаємне цитування публікацій (Рис. 4.6).

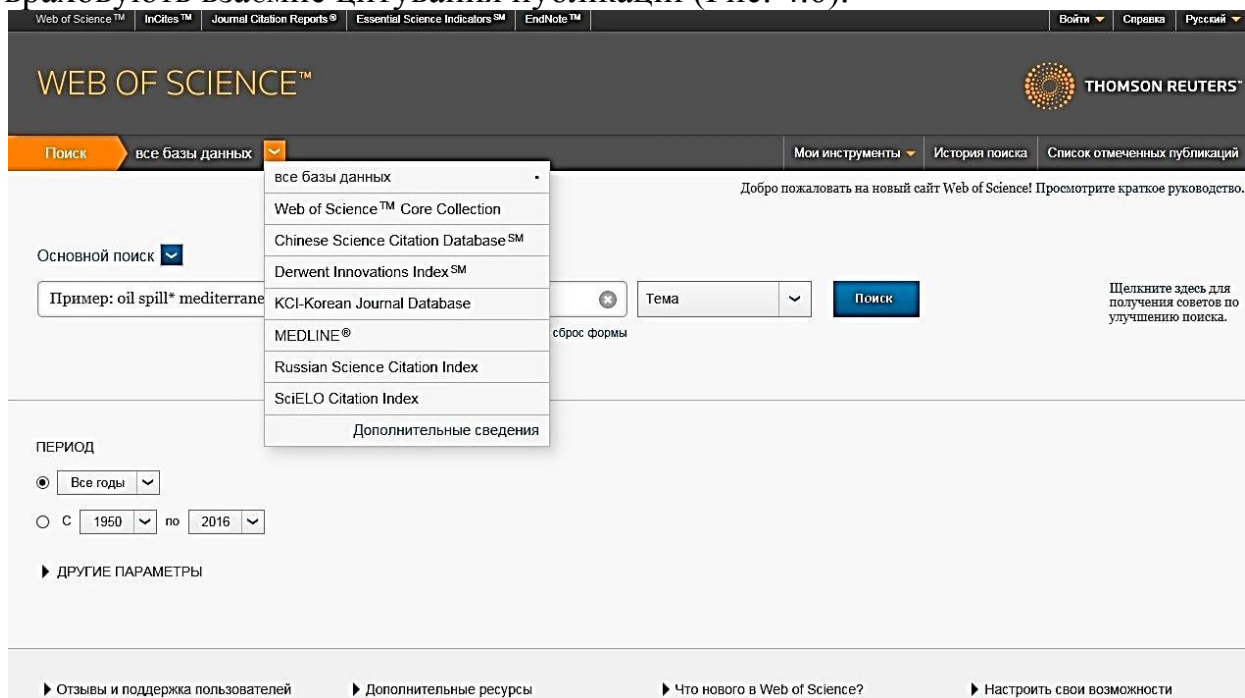


Рис. 4.6 Платформа Web of Science

Web of Science™ Core Collection охоплює більше 12 000 найавторитетніших міжнародних і регіональних журналів в галузях: природничі науки, соціальні науки, мистецтво і гуманітарні науки та більше 160 000 матеріалів конференцій (Рис. 4.7). Повна актуальна інформація щодо інструментів та ресурсів доступна на офіційному сайті **Web of Science™** (<http://wokinfo.com/>, <http://wokinfo.com/russian>).

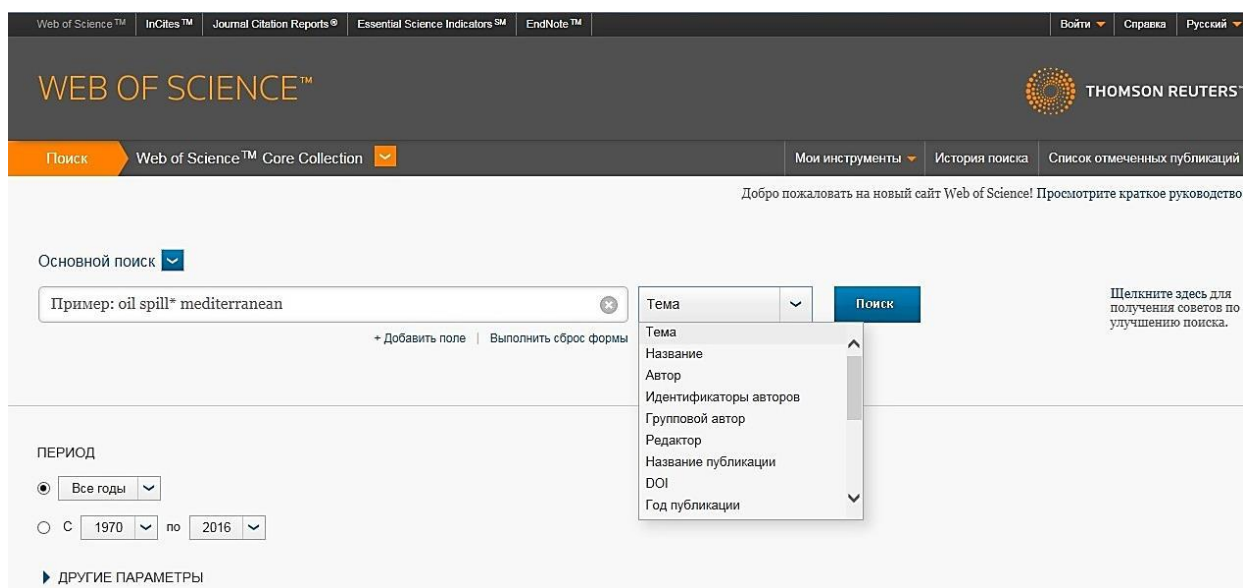


Рис. 4.7 Колекція Web of Science Core Collection

До ключової колекції Web of Science Core Collection входять наступні показники цитування (станом на 12.04.2016):

- Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) – 1970 - до сьогодні
- Social Sciences Citation Index (SSCI) – 1970 - до сьогодні
- Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) – 1975- до сьогодні
- Conference Proceedings Citation Index-Science (CPCI-S) – 1990 – до сьогодні
- Conference Proceedings Citation Index-Social Science & Humanities (CPCI-SSH) – 1990 – до сьогодні
- Book Citation Index– Science (BKCI-S) – 2005 – до сьогодні
- Book Citation Index– Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) – 2005 – до сьогодні
- Emerging Sources Citation Index (ESCI) – 2015 – до сьогодні

Найновіший показник Emerging Sources Citation Index включає записи статей з журналів, які не належать Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED), Social Sciences Citation Index (SSCI) або Arts & Humanities Citation Index (A&HCI). Ці журнали відповідають вимогам до якості та своєчасності матеріалів, що публікуються. До Emerging Sources Citation Index вони включені для підтвердження їх якості, перш ніж вони будуть індексовані в SCI-EXPANDED, SSCI, або & HCI.

Одним із ключових концептів наукометричного апарату цієї платформи є **IF** (імпакт-фактор – індекс впливовості) наукового видання.

$$\mathbf{IF} = \frac{\text{Цитати у 2014 р. до статей опубл. у 2012 + 2013}}{\text{Загальна кількість статей, які опубліковані у 2012 + 2013}}$$

IF – є відношенням цитувань у розрахунковому році, статей що були опубліковані за два попередні роки до загальної кількості статей за ці попередні два роки.

Цей індекс **відноситься до видання в цілому й не відноситься до статей**, опублікованих у виданні.

Імпакт-Фактори видань публікуються щорічно в **Journal Citation Reports® (JCR)**. Звіт доступний за передплатою (Рис. 4.8).

Web of Science™ InCites™ Journal Citation Reports® Essential Science Indicators™ EndNote™ Sign In Help English

InCites™ Journal Citation Reports® THOMSON REUTERS™

Home Category Rankings

Go to Journal Profile
Master Search

Select Journals

Select Categories

Select JCR Year
2014

Select Edition
 SCIE SSCI
 Clear Submit

Journals By Rank Categories By Rank

All Journal Categories ranked by Number of Journals Show Visualization +

1 - 25 of 232 Customize Indicators

	Category	Edition	#Journals	Total Cites	Median Impact Factor	Aggregate Impact Factor
1	ECONOMICS	SSCI	333	549,769	0.860	1.283
2	MATHEMATICS	SCIE	312	379,429	0.607	0.741
3	BIOCHEMISTRY & MOLECULAR BIOLOGY	SCIE	290	3,273,847	2.672	4.149
4	MATERIALS SCIENCE, MULTIDISCIPLINARY	SCIE	260	2,208,680	1.567	3.673
5	MATHEMATICS, APPLIED	SCIE	257	407,510	0.828	1.097
6	PHARMACOLOGY & PHARMACY	SCIE	255	1,285,250	2.362	3.030
7	NEUROSCIENCES	SCIE	252	1,987,755	2.791	4.010
8	ENGINEERING, ELECTRICAL & ELECTRONIC	SCIE	249	980,001	1.235	1.798
9	EDUCATION & EDUCATIONAL RESEARCH	SSCI	224	164,498	0.740	0.922
10	ENVIRONMENTAL SCIENCES	SCIE	223	1,258,094	1.606	2.954

Рис. 4.8 Journal Citation Reports®

Найбільший IF за даними має журнал CA-A CANCER JOURNAL FOR CLINICIANS (ISSN: 0007-9235) – 144.8 (Рис. 4.9).

Journal Impact Factor

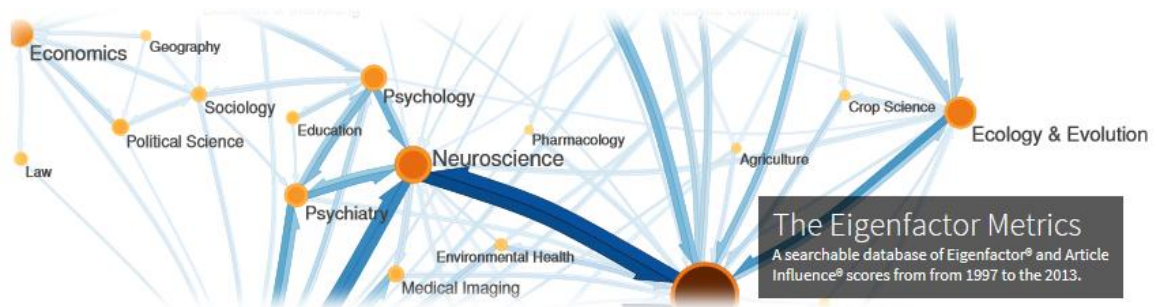
Cites in 2014 to items published in: 2013 =2959 Number of items published in: 2013 =21
 2012 =2833 2012 =19
 Sum: 5792 Sum: 40

Calculation= $\frac{\text{Cites to recent items}}{\text{Number of recent items}} = \frac{5792}{40} = 144.8$

Рис. 4.9 Розрахунок IF для журналу CA-A CANCER JOURNAL FOR CLINICIANS (ISSN: 0007-9235)

Повна актуальна інформація щодо інструментів та ресурсів доступна на офіційному сайті **Web of Science™** (<http://wokinfo.com/citationconnection>).

Вільно доступні індекси **Eigenfactor®** і **Article Influence®** (аналог IF), розраховані на основі даних **Web of Science** і публікуються на сайті дослідницького академічного проекту **Eigenfactor.org®** (Рис. 4.10) (<http://eigenfactor.org>)



RESEARCH AREAS



Рис. 4.10 Фрагмент головної сторінки Eigenfactor.org®

Master Journal List – перелік найменувань видань, що включені до усіх БД Thomson Reuters, опублікований за адресою <http://ip-science.thomsonreuters.com/mjl>.

Користувачам також надана можливість завантажувати списки назв журналів окремими pdf файлами за тематичним напрямком: Arts and Humanities CitationIndex Source Publication; Science Citation Index Expanded Source Publication; Social Science Citation Index Source Publication.

Master Book List – перелік книжкових видань, що включені до БД Thomson Reuters, опублікований за адресою <http://wokinfor.com/mbf/>.

4.3.2 Scopus

Scopus – найбільша в світі реферативна база даних, яка індексує більше 21 000 найменувань науково-технічних і медичних журналів, книги та матеріали конференцій. (<http://www.elsevier.com/solutions/scopus>).

Науковці звертаються до Scopus для того, щоб відстежувати все найголовніше, що відбувається у світі досліджень: природничі науки, математика, техніка, технології, охорона здоров'я та медицина, соціальні науки і мистецтво, гуманітарні науки (Рис. 4.11, 4.12).

Scopus publications
per Subject Area

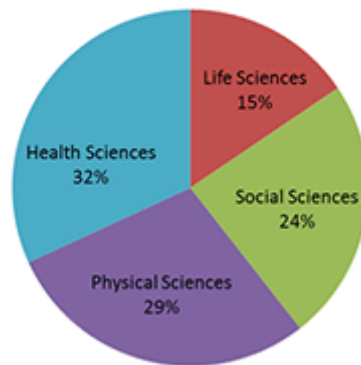


Рис. 4.11 Предметні області у Scopus

Publishers indexed in Scopus

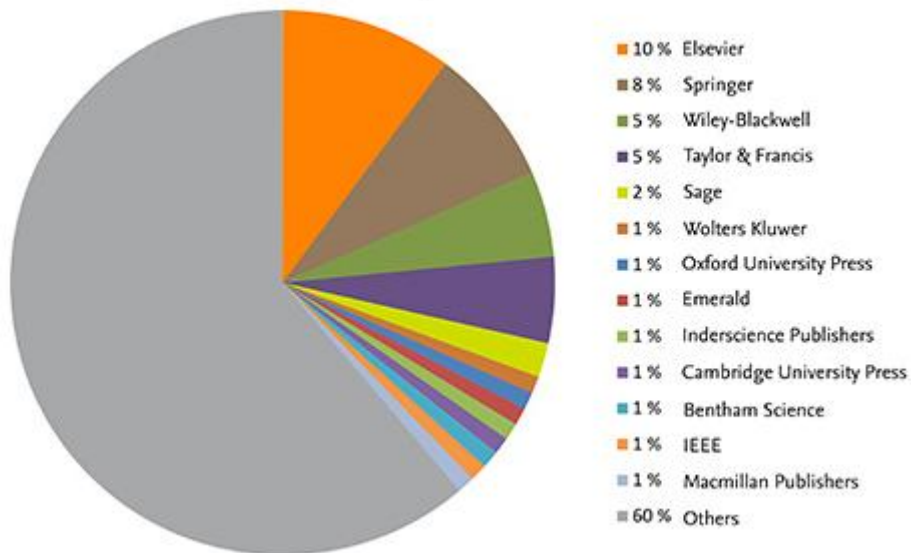


Рис. 4.12 Видавництва у Scopus

Детальніше про контент:

http://www.elsevier.com/_data/assets/pdf_file/0007/69451/sc_content-coverage-guide_july-2014.pdf

Journal Title List, **Book Title List** – перелік найменувань періодичних та книжкових видань, що включені до Scopus, опублікований за адресою <http://www.elsevier.com/online-tools/scopus/content-overview>.

Elsevier підтримує Відкритий доступ (Open Access, OA). Докладно про те що таке відкритий доступ у розумінні провідного видавця світу та як публікуватися у виданнях Elsevier, що є виданнями OA у керівництві https://www.elsevier.com/_data/assets/pdf_file/0003/78492/openaccessbooklet.pdf

Elsevier публікує журнали відкритого доступу, усі статті в яких пройшли експертну оцінку та доступні користувачам для безкоштовного читання та завантаження.

Посилання на журнали відкритого доступу (**Open Access Journals**) Elsevier <http://www.elsevier.com/about/open-access/open-access-journals>.

На відміну від Web of Science, у Scopus не використовується поняття імпакт-факторів, замість них журнали Scopus одержують вільно доступний індекс **SJR** (<http://www.scimagojr.com>).

Scimago Journal & Country Rank – портал, який включає журнали й наукові індикатори регіонів, розроблених на основі даних Scopus® (Elsevier BV). Ця платформа розраховує Scimago Journal Rank (SJR) індикатор, розроблений Scimago на основі широко відомого алгоритму Google Pagerank™. Портал має пошукову систему для роботи з масивом інформації й дозволяє зберегти результат у зручному форматі (Рис. 4.13, 4.14).



Рис. 4.13 Пошуковий інтерфейс платформи Scimago Journal & Country Rank

1 - 50 of 22878 << First | < Previous | Next > | Last >>

	Title	Type	SJR	H index	Total Docs. (2014)	Total Docs. (3years)	Total Refs.	Total Cites (3years)	Citable Docs. (3years)	Cites / Doc. (2years)	Ref. / Doc.	Country
1	Ca-A Cancer Journal for Clinicians	j	37,384	108	48	131	2.888	11.037	111	75,69	60,17	
2	Reviews of Modern Physics	j	29,826	233	37	136	9.315	4.726	130	28,19	251,76	
3	Annual Review of Immunology	k	28,577	244	22	75	4.220	3.213	75	39,88	191,82	
4	Nature Reviews Molecular Cell Biology	j	24,294	302	175	535	8.882	7.254	218	34,07	50,75	
5	Nature Reviews Genetics	j	23,991	246	240	621	8.009	8.240	228	34,12	33,37	

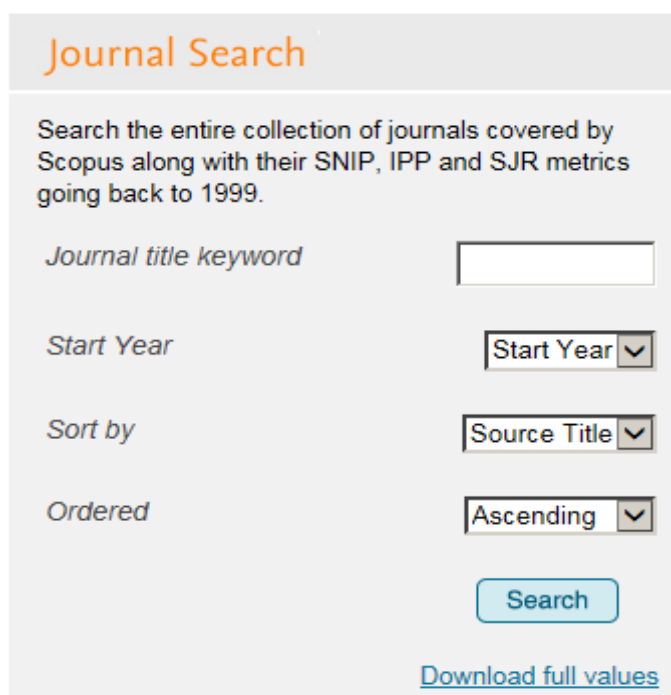
Рис. 4.14 Журнали та їхні індикатори на платформі Scimago Journal & Country Rank (показники 2014 року).

Першу позицію посідає знайомий нам журнал CA-A CANCER JOURNAL FOR CLINICIANS (ISSN: 0007-9235), який є також лідером за IF (Web of Science).

4.3.3 Про SJR?

Метрика престижу (Prestige metrics): «Цитування має вагу залежно від престижу наукового джерела. Спочатку кожному журналу призначається однаковий початковий «престиж», потім перераховується нове значення престижу на підставі отриманих посилань з інших журналів, на наступному кроці даний престиж знову перераховується з урахуванням отриманих посилань і поточного рівня престижу, що цитують журнали і т.д. Перерахунок завершується, коли система журналів досягає стабільного стану й чергова ітерація призводить до змін у престижі, меншим якогось малого, заздалегідь заданого порога. У процедурі визначення престижу беруть участь посилання тільки на ті статті, які вийшли за три останні роки. Крім того, для зменшення впливу самоцитування журналів, його величина для кожного видання штучно обмежується максимумом у 33% від усіх зроблених журналом цитувань. На фінальному етапі для визначення значення індексу SJR проводиться нормування престижу на число статей у журналі, таким чином, індекс SJR не залежить від обсягу видання».

Щодо оцінки журналу, крім **Scimago Journal Rank (SJR)** інтерес представляє також **Source – Normalized Impact per Paper (SNIP)**, **Impact per Publication (IPP)**. На сайті <http://www.journalmetrics.com> вільно доступні три ці значення у вигляді окремих файлів (<http://www.journalmetrics.com/values.php>), а також користувачеві надається можливість самостійно провести пошук за ключовими словами (Рис. 4.15).



Journal Search

Search the entire collection of journals covered by Scopus along with their SNIP, IPP and SJR metrics going back to 1999.

Journal title keyword

Start Year

Sort by

Ordered

[Download full values](#)

Рис. 4.15 Пошук журналу на [http //www.journalmetrics.com/](http://www.journalmetrics.com/)

4.3.4 Про Source-Normalized Impact per Paper (SNIP)

«Показник SNIP виражає відношення числа отриманих журналом цитувань, розраховуючи на одну статтю до обчисленого потенціалу цитування **індивідуальної дисциплінарної області** журналу.

Головна відмінність індексу SNIP від імпакт-фактора полягає в обліку характеристик індивідуального «оточення, що цитує», кожного журналу:

- визначається **індивідуальна «дисциплінарна область»** журналу – до неї відносяться всі статті, які вийшли у звітному році та цитували хоча б один раз випуски даного журналу, опубліковані за останні 10 років;

- ураховується число позицій, **«довжина» списків цитованої літератури** в статтях, які цитують журнал, – чим більшими є ці списки, тим більшим є потенціал цитування відповідної індивідуальної дисциплінарної області журналу;

- враховується **факт наявності/відсутності в базі даних**, використовуваної для підрахунку цитувань, тих документів, які цитуються статтями з певної дисциплінарної області журналу; при розрахунках потенціалу цитування не враховуються посилання, які ведуть «за межі» бази даних – на публікації, у неї не включені».

Impact per Publication (IPP) – співвідношення цитат у номерах року (Y) для наукових праць, опублікованих за три попередні роки (Y-1, Y-2, Y-3), до загальної кількості статей опублікованих у ті ж роки (Y-1, Y-2, Y-3).

Визначення метрики за допомогою вікна цитування за три роки вважається оптимальним періодом часу для точного вимірювання цитат у більшості предметних галузей.

4.4. Метрики автора

Традиційним для авторів є **H-індекс**: учений має індекс H, якщо H його робіт загальної кількості N цитуються не менше H разів кожна.

Першими роботу зі створення національних індексів наукового цитування розпочала Дослідницька група з питань оцінки науки та наукових комунікацій Університету Гранади (Іспанія). У 1990-х роках цією групою було започатковано два проекти зі створення цитатних баз даних: Impact index of Spanish social-science journals, Impact Index of Spanish Journal of Legal Studies.

Серед країн слов'янського світу у 90-х роках ХХ ст. першою створювати національний індекс наукового цитування розпочала Сербія. Роботи виконувалися Центром оцінки освіти і науки за підтримки Міністерства науки Сербії. Сербський індекс наукового цитування охоплює всі галузі досліджень, що проводяться в країні.

У 2001 р. розпочалися підготовчі роботи зі створення **Islamic World Science Citation Database (ISC)**.

У Росії роботи зі створення національного індексу наукового цитування розпочалися в 2005 р. Російський індекс наукового цитування доступний на сайті електронної бібліотеки eLibrary (http://elibrary.ru/project_risc.asp?).

З 2014 року видавничою службою Української науково-освітньої телекомунікаційної мережі "УРАН" запущено національний сервіс «Український індекс наукового цитування» (УІНЦ) (<http://uincit.uran.ua>).

УІНЦ – це технологічний комплекс для забезпечення моніторингу суб'єктів наукової діяльності України (Рис. 16).

Призначення системи – забезпечення збору, обробки та надання доступу до даних щодо показників активності індивідуальних та колективних суб'єктів наукової діяльності України за даними низки наукометричних баз даних.

Триває наповнення системи даними.

Інформаційний сервіс УІНЦ надає користувачам можливість аналізу загальних тенденцій розвитку наукового комплексу України (учених, академічних організацій, наукових шкіл). Вона дозволяє переглянути довідкову інформацію про учених та їх публікації, про установи України та їх співробітників; аналітичну інформацію про публікації, показники цитованості та наукометричні показники учених та установ; звіти про публікаційну активність учених регіону

Український індекс наукового цитування
Система наукометричного моніторингу суб'єктів наукової діяльності України

Пошук Аналітика Порівняння Про проект

Пошук вчених Пошук установ

Прізвище: Прізвище

Ім'я та/або по батькові: Ім'я та/або по батькові

Місце роботи: Місце роботи

Галузь досліджень: вибрати все

ORCID: ORCID

Пошук

Рис. 4.16 Український індекс наукового цитування.

В УІНЦ формуються та зберігаються реєстри індивідуальних та колективних суб'єктів наукової діяльності.

Публікаційні дані й показники їх цитованості отримуються системою із зовнішніх наукометричних джерел (<http://uincit.uran.ua/scientists/fronts/about>):

- Міжнародний реєстр учених **Open Researcher and Contributor ID (ORCID)**.
- Наукометрична платформа **Web of Science**: бази даних Science Citation Index Expanded, Social Sciences Citation Index, Arts & Humanities Citation Index та Conference Proceedings Citation Index.
- Наукометрична платформа **SciVerse Scopus**.
- Науково-видавнича **інфраструктура «Наукова періодика України» (Scientific Periodicals of Ukraine)**.

Формування вітчизняного наукометричного інструментарію слід розглядати також в аспекті його конвергенції зі світовими науково-інформаційними платформами, насамперед, бібліометричною базою даних **Google Scholar** (приклад профілю Google Scholar Citations на рис. 4.17).

Isidro F. Aguillo (ORCID:0000-0001-8927-4873) Follow

Cybermetrics Lab, IPP, Consejo Superior de Investigaciones Cientificas, SPAIN
Webometrics, Scientometrics, Bibliometrics, Research evaluation, Open access
Verified email at csic.es - [Homepage](#)

Title	1-20	Cited by	Year
Scientific research activity and communication measured with cybermetrics indicators	IF Aguillo, B Granadino, JL Ortega, JA Prieto Journal of the American Society for information science and technology 57 ...	184	2006
Comparing university rankings	I Aguillo, J Bar-Ilan, M Levene, J Ortega Scientometrics 85 (1), 243-256	145	2010
Webometric ranking of world universities: Introduction, methodology, and future developments	IF Aguillo, JL Ortega, M Fernández Higher education in Europe 33 (2-3), 233-244	122	2008
Visibility of collaboration on the Web	H Kretschmer, I Aguillo Scientometrics 61 (3), 405-426	110	2004

Citation indices	All	Since 2011
Citations	2265	1358
h-index	24	17
i10-index	56	34

Co-authors [View all...](#)

- José Luis Ortega
- Natalia Arroyo-Vázquez
- Mike Thelwall
- Amalia Mas-Bleda
- Kayvan Kousha
- Judit Bar-Ilan
- Mark Levene
- Marco Seeber
- Benedetto Lepori

Рис. 4.17 Профіль Isidro F. Aguillo директора Webometrics директора в Google Scholar.

Система «Бібліометрика української науки» (<http://nbuviar.gov.ua/bpnu/>) призначена для надання суспільству цілісної картини стану вітчизняного наукового середовища (Рис. 18, 19).

ЦЕНТР ДОСЛІДЖЕНЬ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ
SOCIAL COMMUNICATIONS RESEARCH CENTER
СІАЗ НЮБ ФПУ

03039, м. Київ
просп. 40-річчя Жовтня, 3
Тел. +38 (044) 524-95-01
Email: bibliometrics@nbuv.gov.ua

Бібліометрика української науки

[Пошук](#) [Аналітика](#) [Про проект](#)

Пошук науковців,

які створили бібліометричні профілі в системі Google Scholar
(науковців - 16286, значення індексів Гірша оновлено 7.04.2016)

Прізвище	<input type="text"/>
Установа	<input type="text" value="Всі"/>
Місто	<input type="text" value="Всі"/>
Відомство	<input type="text" value="Всі"/>
Галузь науки	<input type="text" value="Всі"/>
Рубрика Google Scholar	<input type="text" value="Всі"/>

Рис. 4.18 Система «Бібліометрика української науки»

Докладніше – http://nbuviar.gov.ua/bpnu/index.php?page_sites=pro_proect

Система є національною складовою проекту **Ranking of Scientists** (Cybermetrics Lab).

Інформаційні ресурси Системи формуються шляхом опрацювання:

- створених науковцями на платформі Google Scholar бібліометричних профілів, які містять вивірену ними інформацію про результати публікаційної діяльності (ця платформа має найбільший обсяг проіндексованих наукових праць і є загальнодоступною);
- бібліометричних показників систем Scopus, Web of Science, Ranking Web of Research Centers, Російський індекс наукового цитування.

Оновлення інформації про значення індексів Гірша в бібліометричних профілях учених здійснюється щомісячно, значення інших показників актуалізуються щоквартально.



**ЦЕНТР ДОСЛІДЖЕНЬ
СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ**
SOCIAL COMMUNICATIONS RESEARCH CENTER
СІАЗ НЮБ ФПУ

03039, м. Київ
просп. 40-річчя Жовтня, 3
Тел. +38 (044) 524-95-01
Email: bibliometrics@nbuv.gov.ua

Бібліометрика української науки

Пошук
Аналітика
Про проект

Аналітика

Рейтинг за даними Google Scholar
Установ Наукових колективів Періодичних видань
Розподіл учених за даними Google Scholar
За галузями наук За відомствами За містами За установами За індексом Гірша
Геоаналітика науки України

Рейтинг за даними Scopus
Установ НАН України Установ НАМН України Установ НААН України
Університетів Науковців України Періодичних видань України
Рейтинг
Установ у Ranking Web of Research Centers Періодичних видань у Web of Science

Рис. 4.19 Аналітична інформація в системі «Бібліометрика української науки»

4.5. Глобальні ідентифікатори

Проблеми при ідентифікації автора або документа призводять до викривлення даних по публікаціях і цитуванню. Це викривлення впливає на результат – наукометричні індекси.

Забезпечує однозначну ідентифікацію:

- документу – Digital Object Identifier (DOI) - цифровий

Ідентифікатор об'єкта, стандарт позначення представленої в мережі інформації про об'єкт;

- **автора** – унікальний ідентифікатор автора (Scopus Author ID, Pubmed Author ID, Researcher ID, ORCID, інші).

Видавці отримують послуги системи DOI через реєстраційні агенства:

- Airiti, Inc.;
- China National Knowledge Infrastructure (CNKI);
- CrossRef;
- DataCite;
- EIDR;
- Japan Link Center (JaLC);
- mEDRA.

Відомо багато випадків, коли статті зараховуються не тому авторові; профіль автора «розривається» на декілька за кількістю варіантів написання прізвища та імені (ППП). При визначенні авторських метрик важливе правильне визначення автора.

4.5.1 Авторські ідентифікатори Author ID

- Міжнародні, національні.
- Мультидисциплінарні, тематичні.
- Різні за способом одержання (вільної реєстрації, ретроспективні).

Розглянемо ідентифікатори: ORCID, Researcher ID, Scopus Author ID.

ORCID

ORCID - метод ув'язування ідентифікаторів на різних платформах.

ORCID (<http://orcid.org>) (Open Researcher and Contributor ID) – це реєстр унікальних ідентифікаторів учених. ORCID унікальний і не залежить від наукових дисциплін і національних кордонів. Він інтегрований з багатьма інформаційними системами (<http://orcid.org/about/community/members>).

Основна мета створення ORCID – розв'язати проблему ідентифікації вчених з однаковими іменами й прізвищами. Можливий пошук автора й визначення його ідентифікатора (Рис. 4.20, 4.21).

The image shows the ORCID website interface. At the top, there is a search bar and a language selector set to 'English'. Below the search bar is the ORCID logo with the tagline 'Connecting Research and Researchers'. A navigation menu contains links for 'FOR RESEARCHERS', 'FOR ORGANIZATIONS', 'ABOUT', 'HELP', and 'SIGN IN'. The main content area features a large heading 'DISTINGUISH YOURSELF IN THREE EASY STEPS' in green and blue. Below this, three numbered steps are listed: 1. REGISTER (Get your unique ORCID identifier, Register now! Registration takes 30 seconds.), 2. ADD YOUR INFO (Enhance your ORCID record with your professional information and link to your other identifiers (such as Scopus or ResearcherID or LinkedIn).), and 3. USE YOUR ORCID ID (Include your ORCID identifier on your Webpage, when you submit publications, apply for grants, and in any research workflow to ensure you get credit). On the right side, there is a 'LATEST NEWS' section with two entries: 'Thu, 2016-04-14 All about flow: ORCID and research information management systems' and 'Thu, 2016-04-07 ORCID Board Elections! Calling for Nominations'.

Рис. 4.20 Інтерфейс ORCID

Isidro F. Aguillo Biography

ORCID ID
<http://orcid.org/0000-0001-8927-4873>

Country: Spain

Keywords: Webometrics, Bibliometrics, Altmetrics, Cybermetrics, Rankings, Open Access, Electronic Journals

Other IDs: Scopus Author ID: 6507380175

Head Cybermetrics Lab (IPP - CSIC)
 Grupo Scimago

▼ Works (79) Sort

Core-periphery structures in national higher education systems. A cross-country analysis using interlinking data
 2013 | journal-article
 DOI: [10.1016/j.joi.2013.03.004](https://doi.org/10.1016/j.joi.2013.03.004)
 ISSN: 1751-1577
 Source: CrossRef Metadata Search Preferred source

Institutional and country collaboration in an online service of scientific profiles: Google Scholar Citations
 2013 | journal-article
 DOI: [10.1016/j.joi.2012.12.007](https://doi.org/10.1016/j.joi.2012.12.007)
 ISSN: 1751-1577

Рис. 4.21 Відомості про автора в ORCID

Scopus Author ID

Scopus Author ID є ретроспективним. Його мають тільки ті автори, які опублікували статті у виданнях, що входять у Scopus (Рис. 22). Якщо прізвище автора має кілька варіантів транслітерації, то кожному варіанту прізвища буде призначено окремий Scopus Author ID.

Переглянути авторський профіль в Scopus можна за допомогою вільно доступного інструменту:

<http://www.scopus.com/search/form/authorFreeLookup.url>.

Для об'єднання усіх профілів автора в один унікальний профіль, існує майстер зворотного зв'язку: <http://www.scopusfeedback.com/>.

Moskalets, Michael V. [About Scopus Author Identifier](#) | [View potential author matches](#)

Nacionalnij Tehnicnij Universytet Kharkivskij
 Polytechnicij Institut, Department of Metal and Semiconductor Physics, Kharkov, Ukraine

Other name formats: Moskalets
 Moskalets, Michael

Author ID: 7003573961
<http://orcid.org/0000-0001-5557-0009>

Documents: 78
 Citations: 1331 total citations by 660 documents
 h-index: 20 View h-graph

Co-authors: 24
 Subject area: Physics and Astronomy, Materials Science [View More](#)

[Analyze author output](#)

78 Documents | Cited by 660 documents | 24 co-authors

78 documents [View in search results format](#) Sort on: Date Cited by

[Export all](#) | [Add all to list](#) | [Set document alert](#) | [Set document feed](#)

Single-electron coherence: Finite temperature versus pure dephasing | Moskalets, M., Haack, G. | 2016 | Physica E: Low-Dimensional Systems and Nanostructures | 0

[Show abstract](#) | [Related documents](#)

Follow this Author Receive emails when this author publishes new articles

[Get citation alerts](#)

[Add to ORCID](#)

[Request author detail corrections](#)

Author History

Publication range: 1987 - Present
 References: 1293

Source history:
 Russian metallurgy. Metallurgy [View docum](#)
 Physical Review B - Condensed Matter and Materials Physics [View docum](#)
 Lecture Notes in Physics [View docum](#)

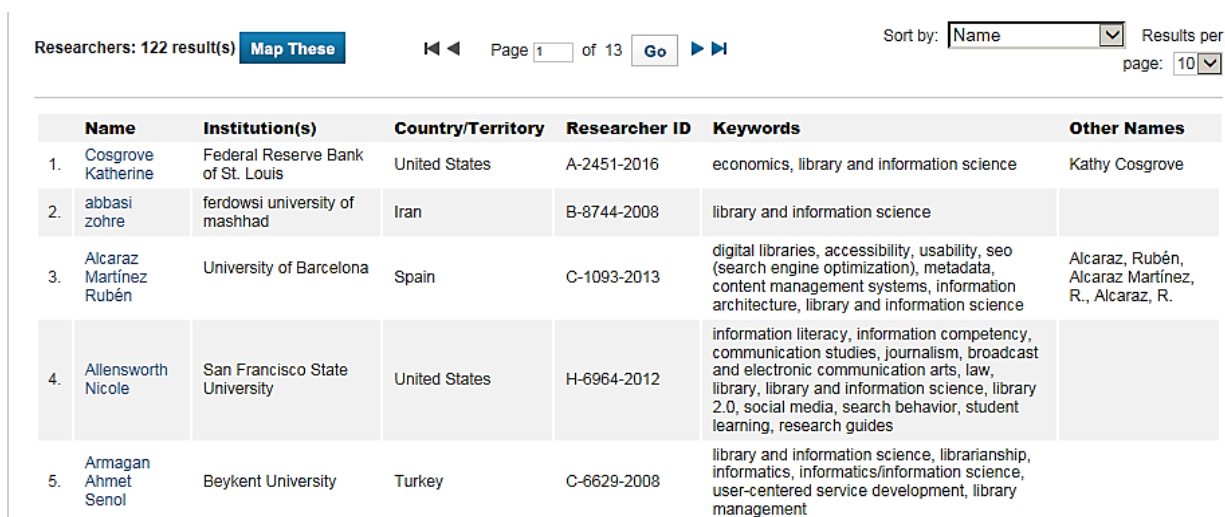
Рис. 4.22 Авторський профіль науковця НТУ «ХПІ» у Scopus

ResearchID

Thomson Reuters: «ResearcherID забезпечує розв'язання проблеми неоднозначності автора в науковому співтоваристві. ResearcherID є вільним для реєстрації ідентифікатором, тому його можуть отримати всі бажаючі. В авторський профіль можна додавати не тільки статті, опубліковані у виданнях, що входять в Web of Science, але й інші роботи, що дозволяє формувати єдиний авторський профіль. Інформація ResearcherID інтегрується з ORCID.» (<http://www.researcherid.com>).

Існує можливість пошуку за автором, організацією, країною, ключовим словом (<http://www.researcherid.com/ViewProfileSearch.action>).

Ключові слова формуються з авторських профілів, зареєстрованих в ResearcherID. Пошук за ключовим словом дозволяє знайти учених, які працюють за даним напрямком. Наприклад, за ключовим словом «library and information» система видає список зі 122 науковці (рис. 4.23).



The screenshot shows a search results page for the keyword «library and information». At the top, it indicates 122 results and provides navigation options like «Map These», «Page 1 of 13», and «Go». There are also sorting and results per page options. The main content is a table with the following columns: Name, Institution(s), Country/Territory, Researcher ID, Keywords, and Other Names. Five results are visible in the table.

Name	Institution(s)	Country/Territory	Researcher ID	Keywords	Other Names
1. Cosgrove Katherine	Federal Reserve Bank of St. Louis	United States	A-2451-2016	economics, library and information science	Kathy Cosgrove
2. abbasi zohre	ferdowsi university of mashhad	Iran	B-8744-2008	library and information science	
3. Alcaraz Martínez Rubén	University of Barcelona	Spain	C-1093-2013	digital libraries, accessibility, usability, seo (search engine optimization), metadata, content management systems, information architecture, library and information science	Alcaraz, Rubén, Alcaraz Martínez, R., Alcaraz, R.
4. Allensworth Nicole	San Francisco State University	United States	H-6964-2012	information literacy, information competency, communication studies, journalism, broadcast and electronic communication arts, law, library, library and information science, library 2.0, social media, search behavior, student learning, research guides	
5. Armagan Ahmet Senol	Beykent University	Turkey	C-6629-2008	library and information science, librarianship, informatics, informatics/information science, user-centered service development, library management	

Рис. 4.23 Ключове слово «library and information»

Візуалізація будь-яких результатів пошуку реалізується шляхом генерації «мапи результату». Мапа генерується також для усіх науковців, які зареєстровані в ResearcherID.

4.5.2 Альтернативні метрики

Ідея «альтметрикс» належить Джейсону Прієму (Jason Priem), яку він оприлюднив у 2010 році й означає інструменти, призначення яких відслідковувати поширення наукової інформації в Інтернет.

National International Standard Organization проводить роботу з розробки стандарту з альтметрики, на що отримала у 2013 році грант у розмірі 200 500\$ від Sloan Foundation.

Джейсон Прієм, докторант з Університету Північної Кароліни:

«Коли я ввів термін altmetrics, я й уяви не мав, що це викличе такий резонанс. Мені подобається думати, що робота, яку я провів, зіграла свою певну роль, але якщо чесно, має бути ще дуже багато роботи... Зокрема, я

думаю, що інтерес до альтметрики спричинений, по-перше, ростом інтересу до відкритих і веб-орієнтованих знань, і, по-друге, тенденцією культурного розвитку, яка має на меті доступ до керування даними й прийняття рішень, заснований на доказах...».

Тодд Карпентер (Todd Carpenter), виконавчий директор NISO:

«Для того, щоб альтметрика вийшла з пілотної фази й довела правильність концепції, співтовариство повинно почати поєднувати загальноприйняті визначення, розрахунки й практики спільного використання даних. Організації й дослідники, які прагнуть застосовувати ці метрики, повинні адекватно розуміти їх, забезпечити їхнє погоджене застосування, донести значення до учасників співтовариства, й так само опанувати методами перевірки точності таких обчислень. Ми повинні домовитися про те, що саме можна виміряти, які саме критерії є визначальними для оцінки якості показників, яким буде ступінь деталізації цих показників, хто їх буде визначати й аналізувати, який період альтметрика повинна охоплювати, яку роль в альтметриці відіграють соціальні мережі, яка потрібна технічна інфраструктура для обміну цими даними й які саме метрики будуть мати найбільший вплив. Створення стандартів альтметрики в комбінації з передовим досвідом буде сприяти довірі наукового співтовариства до альтметрики. А це, у свою чергу, буде гарантувати точність вимірів і те, що цими даними можуть користуватися і видавці, і різні платформи».

Альтметрика (або Вебометрика) – одна з найбільш цікавих метрик. Суть цієї методики оцінки полягає в підрахунку згадувань про роботу в Інтернеті: на офіційних сайтах наукових установ та університетів; у соціальних мережах типу Facebook, LinkedIn, Twitter та подібних.

Учені з недовірою ставляться до багатьох соціальних мереж. Альтметрика має на меті не визначення об'єктивної значимості роботи, а отримання додаткової альтернативної оцінки документу. За реакцією користувачів у соціальних мережах є можливість дослідити, інтерес науковців до теми публікації та що вони думають про неї. Життя твіту триває 20 хвилин, тобто щохвилини публікується велика кількість твітів, тому відгук з'являється дуже швидко.

Альтметрика швидко та точно відповість на питання: новий матеріал, цікавий користувачам мережі (науковцям) чи ні?

Вебометрика й альтметрика:

1. дозволяють досліджувати оцінку документів не тільки академічної аудиторії, але й будь-якого користувача мережі;
2. дозволяють прискорити доступ до матеріалів членам наукових співтовариств (у мережах), що сприяє підвищенню цитування;
3. науковцям доступна інтеграція власного наукового доробку в глобальну науку без фінансових витрат за умови, якщо вони мають навички роботи в новій цифровій науковій екосистемі;
4. вимоги до якості та швидкого визначення оцінки будуть підвищуватися.

Альтметрика

Altmetric <http://www.altmetric.com> (Рис. 4.24-29)

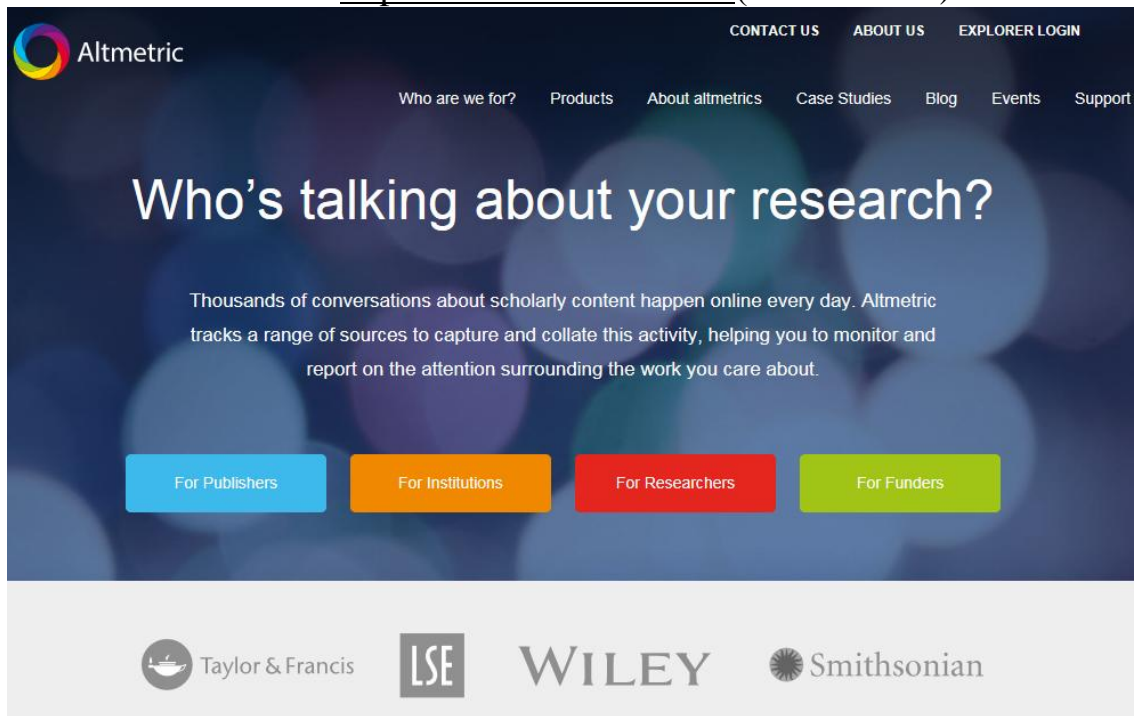


Рис. 4.24 Основна сторінка Altmetric

Altmetric Explorer публікує данні про посилання на документи в соціальних мережах.

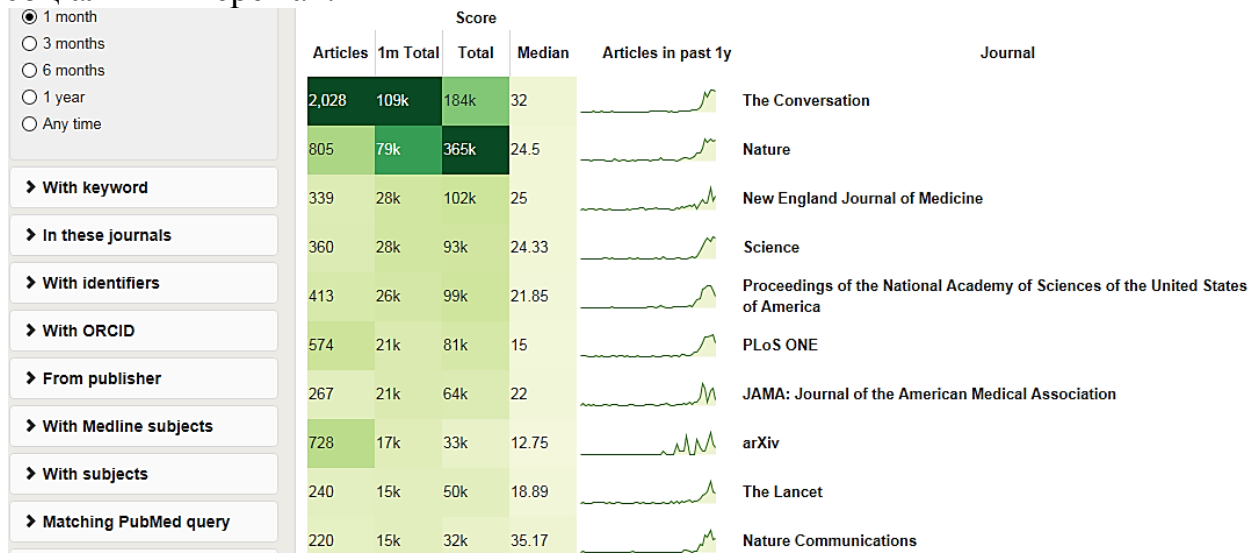



Рис. 4.25 Згадування статей з видань протягом указанного терміну

Articles Activity Journals Save this workspace

Show Facebook posts from past 1m from any time


Whoah, that's a lot of articles! To keep things snappy we're only showing the activity from the top 25,000 articles in your results set.

FACEBOOK POST

 Colegio Médicos Postgraduados IMSS A.C. **The New England Journal of Medicine**
An 83-year-old man was evaluated for frequent palpitations. During an episode, examination of the neck revealed rapid and regular pulsations w (visit post)

89 "Frog Sign" in Atrioventricular Nodal Reentrant Tachycardia New England Journal of Medicine
19 Apr 16 17:23

FACEBOOK POST

 Ecology, Conservation and Evolution **Why being bold all comes down to evolution**
http://ow.ly/10F68k. Free research in Functional Ecology http://ow.ly/10F6ju. (visit post)

22 Integrating behaviour with life history: boldness of the field cricket, Gryllus integer, during ontogeny Functional Ecology
19 Apr 16 17:02

Рис. 4.26 Згадування статей з видань протягом указанного терміну (діяльність)

Articles Activity Journals Export articles Save this workspace

Standard Tiled Condensed







	The Association Between Income and Life Expectancy in the United States, 2001-2014 JAMA: Journal of the American Medical Association		Trends in adult body-mass index in 200 countries from 1975 to 2014: a pooled analysis of 1698 population-based measurement studies with 19.2 million participants The Lancet
	Zika Virus and Birth Defects — Reviewing the Evidence for Causality New England Journal of Medicine		Restoring cortical control of functional movement in a human with quadriplegia Nature
	Design and synthesis of a minimal bacterial genome Science		Contribution of Antarctica to past and future sea-level rise Nature

Рис. 4.27 Згадування статей з видань протягом указанного терміну (постатейні дані)

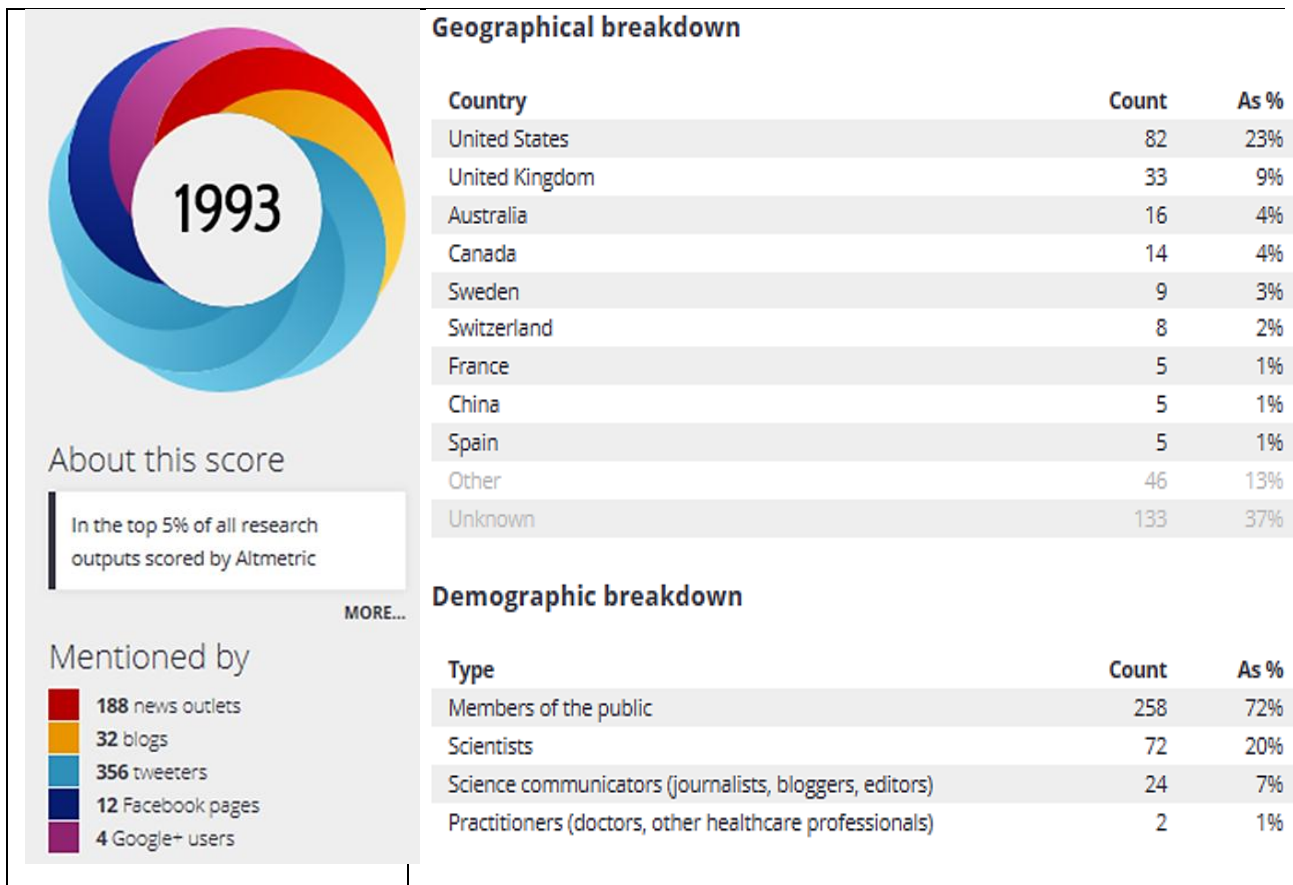


Рис. 4.28 Фрагменти зведеної інформації про статтю

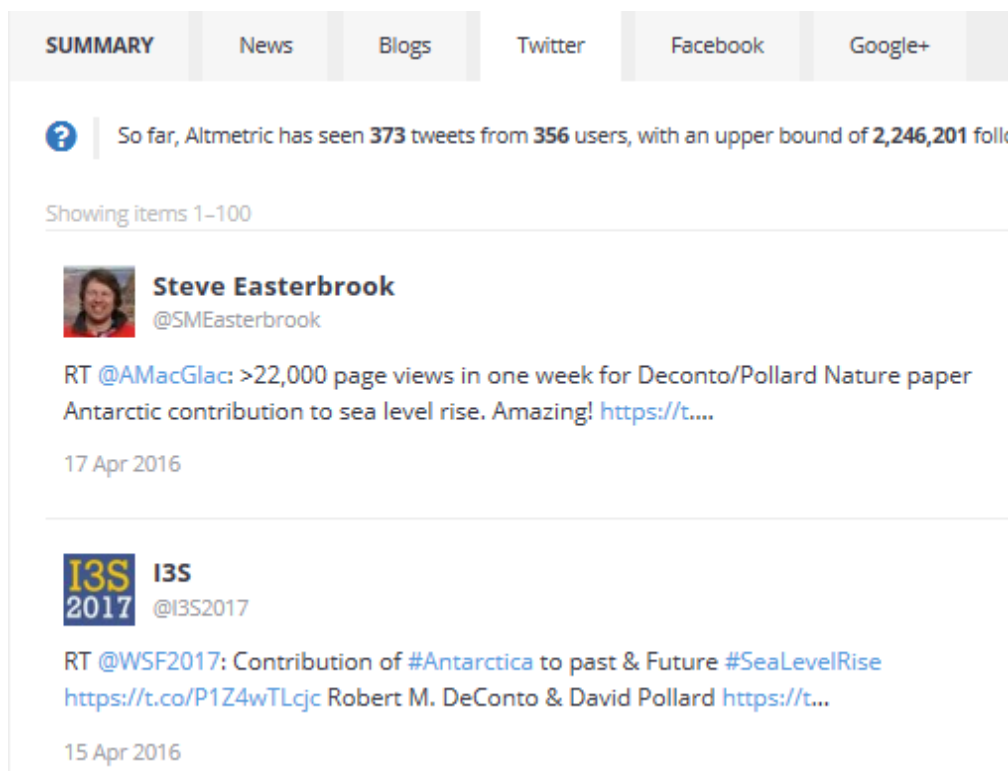


Рис. 4.29 Згадування про статтю у Twitter

Користувачам надається зведена інформація щодо кожної мережі. Для статті з прикладу це: 373 твіти від 356 користувачів, з верхньою межею 2.246.201 послідовник.

До критеріїв оцінювання Інституційних репозитаріїв в **Ranking Web or Webometrics** введені нові показники та адаптовані старі: **Size, Visibility, Altmetrics, Rich files, Scholar**.

Новий показник Altmetrics відображує кількість згадувань про документи в Academia, Facebook, LinkedIn, Majestic, Researchgate, Seodesh and, Twitter, Wikipediarefseditons), Wikipedia (Englishedition); Youtube&Scribd. Причиною аналізу Researchgate, Academia and Mendeley та ін. є той факт, що не всі автори розміщують свої документи в інституційних репозитаріях академічних або наукових установ, до яких вони належать, а використовують можливості цих мереж для популяризації свого наукового доробку.

Researchgate

Researchgate побудований вченими для вчених (Рис. 4.30). Це безкоштовна мережа і засіб співробітництва вчених з будь-яких наукових дисциплін. Вона заснована в 2008 році Dr. Ijad Madisch, Dr. Sören Hofmayer і ученим з комп'ютерних наук Horst Fickenscher. Засновники мережі прагнуть допомогти ученим швидше досягти прогресу. Станом на 21 жовтня 2015 року кількість користувачів Researchgate досягла 8 млн.

Алгоритм роботи користувача досить простий:

- Поділіться своїми публікаціями.
- Отримайте статистику переглядів, завантажень і цитувань.
- Співпрацюйте з колегами, співавторами та фахівцями з галузі.
- Ставте питання, отримуйте відповіді і знаходьте рішення.
- Знаходьте потрібну роботу.

Профіль користувача містить основні відомості про автора, його публікації, доступні для перегляду дані статистики та метрики (RG-line – власна метрика), забезпечує зворотний зв'язок, обговорення своєї роботи. Науковець може розміщувати не лише опубліковані, а й ще не опубліковані матеріали, генерувати DOI. Детальніше про мережу у матеріалі «We are researchgate» (<https://www.researchgate.net/press>).

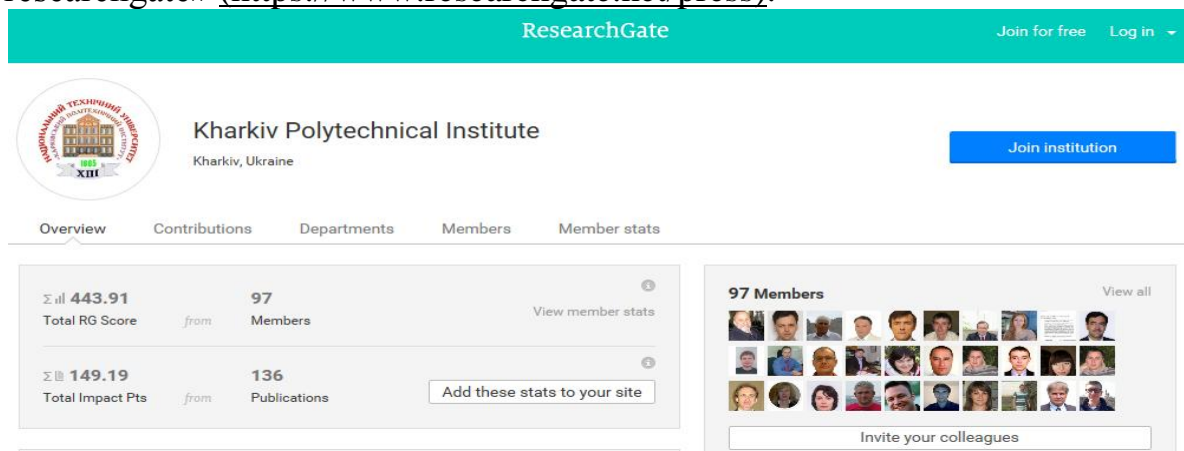


Рис. 4.30 Профіль НТУ «ХПІ» в ResearchGate (квітень 2016) (https://www.researchgate.net/institution/Kharkiv_Polytechnical_Institute)
Профілі ResearchGate у мережах: <https://twitter.com/researchgate>
<https://facebook.com/researchgate>

4.5.3 Endnote Online

На допомогу користувачеві у світі існує багато систем для управління бібліографією (створення електронної картотеки). Найвідоміші з них Endnote Online (<http://www.myendnoteweb.com>) та Mendeley <https://www.mendeley.com>. Розглянемо основні функціональні можливості систем на прикладі Endnote Online.

ENDNOTE ONLINE, (раніше Endnote Web) – це он-лайн версія популярної програми для керування посиланнями й створення бібліографічних списків. Вона допомагає заощаджувати час на пошук інформації, виправлення, перевірку й форматування створюваних користувачем наукових документів. Endnote можна використовувати в режимі он-лайн разом із сервісом Web of Science, версією Endnote для ПК або в якості самостійного продукту. Залежно від рівня доступу користувача до Endnote Online надавані йому можливості та опції будуть різнитися.

За допомогою цього інструменту науковець має можливість не лише сформувати електронну картотеку, підготувати переліки використаних джерел до статті, а й автоматизувати ці процеси завдяки використанню інструментів Capture Reference (інтегрується в браузер) та Cite While You Write™ (плагін який вставляє до документу посилання і цитати автоматично під час його написання в Word).

Коротка інструкція доступна за посиланням http://wokinfo.com/media/mtrp/enw_qrc_ru.pdf

Інтерфейс має кілька робочих областей, перехід на які здійснюється за допомогою верхньої навігаційної панелі:

1. На площині «**My References**» перебуває керування папками й списками.
2. На площині «**Collect**» функції по додаванню записів.
3. На площині «**Organize**» функції з організації й надання загального доступу до бібліотеки посилань.
4. На площині «**Format**» функції з оформлення бібліографії в різних стилях.
5. На площині «**Options**» функції з налаштування роботи .
6. На площині «**Options**» налаштування.
7. На площині «**Connect**» – мережа для взаємодії з колегами-дослідниками, студентами й експертами Endnote з усього світу.

Робота починається зі створення облікового запису в ENDNOTE <http://www.myendnoteweb.com>.

Якщо ви вже зареєстровані на платформі Web of Science або маєте профіль в ResearcherID, використовуйте ці ж самі дані для авторизації.

Розглянемо кілька функцій з формування й вивантаження списку.

1. Для зручності створіть нову групу для імпорту списку статей (у прикладі «TEST»). У цей момент бібліографічні посилання відсутні (рис.31).

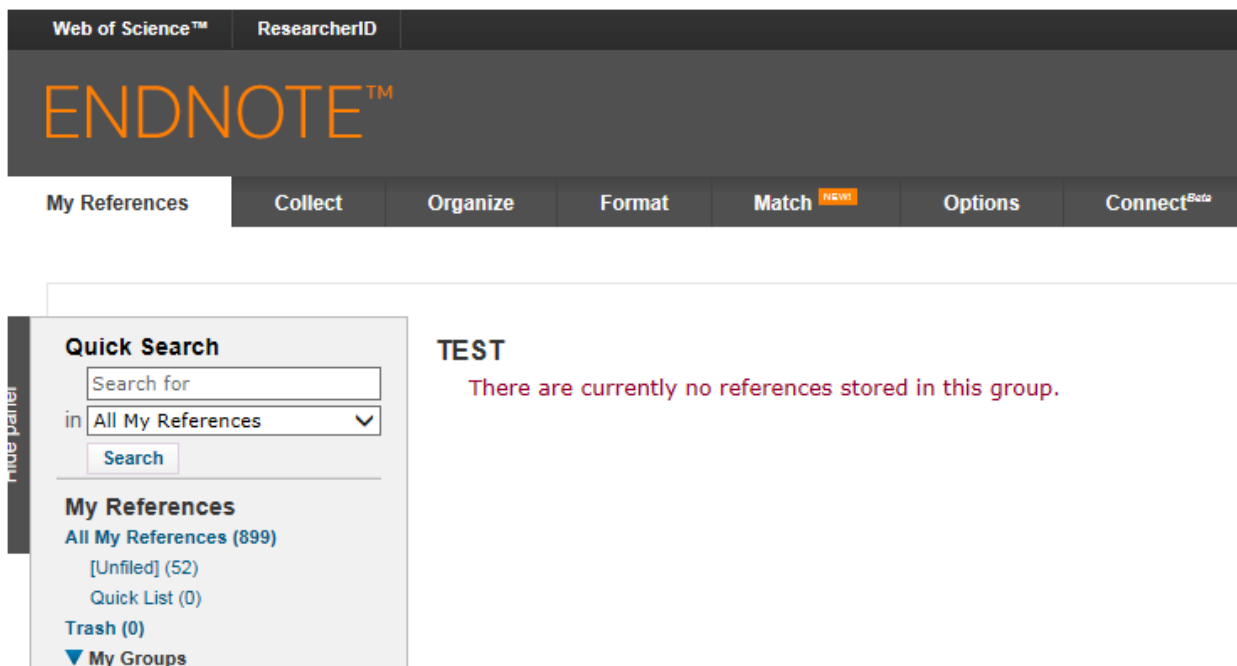


Рис. 4.31 Створена група «TEST»

2. Додавати записи можна кількома шляхами на площині «Collect» (функції з додавання записів):

- **внесення запису вручну – New Reference.** Перед початком роботи необхідно вказати тип документа «Reference Type», система надасть перелік інформаційних полів для внесення опису конкретного виду, що необхідно заповнити.
- **автоматичне внесення записів з раніше підготовленого файлу — Import References**

Перелік дій (рис.32):

- **File** – вказати файл для завантаження.
- **Import Option** - вибрати формат запису або найменування видання, які були використанні при вивантаженні даних.
- **To** – вказати папку для завантаження записів (є можливість створення нової папки). **Імпорт.**

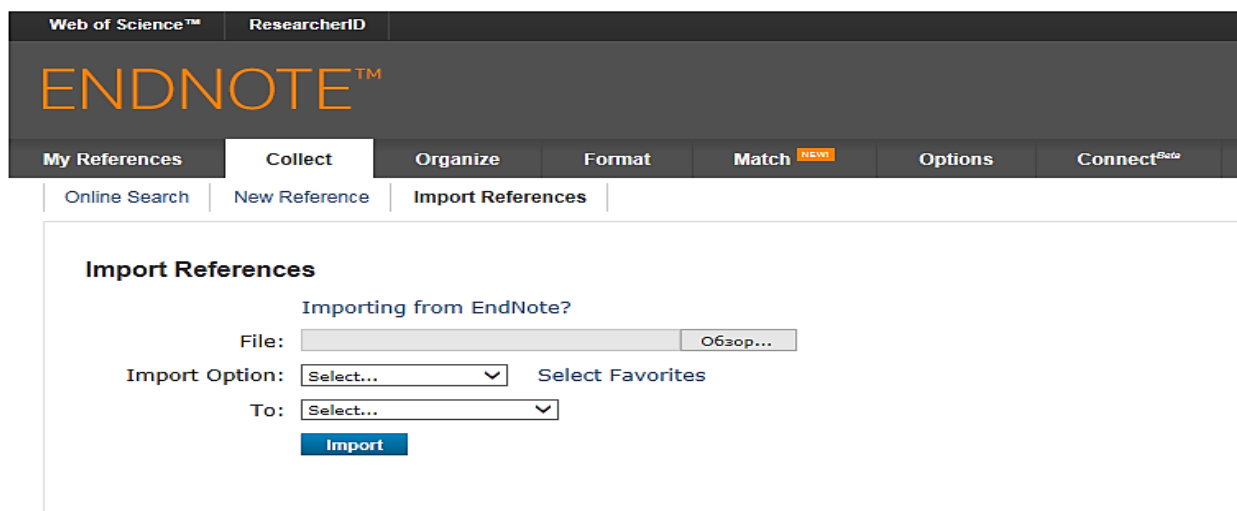


Рис. 4.32 Імпорт записів до системи

- **Завантаження записів** швидко і зручно можливе також з **поточного веб-інтерфейсу** за допомогою інструменту **Capture Reference**. Інструкції та інформація щодо цього інструменту знаходиться на площині «Options».

Для додавання посилання необхідно активувати функцію **Capture Reference**. У новому діалоговому вікні, яке з'явилося після активації функції, можна перевірити чи правильно система розподілила дані по полях, вказати в яку папку додати записи. Після перевірки й вибору папки необхідно зберегти запис (**Saveto**). Запис з'явиться в **ENDNOTE ONLINE**.

3. Вивантаження списку виконується на площині «**Format**», **Bibliography** (рис 4.33).

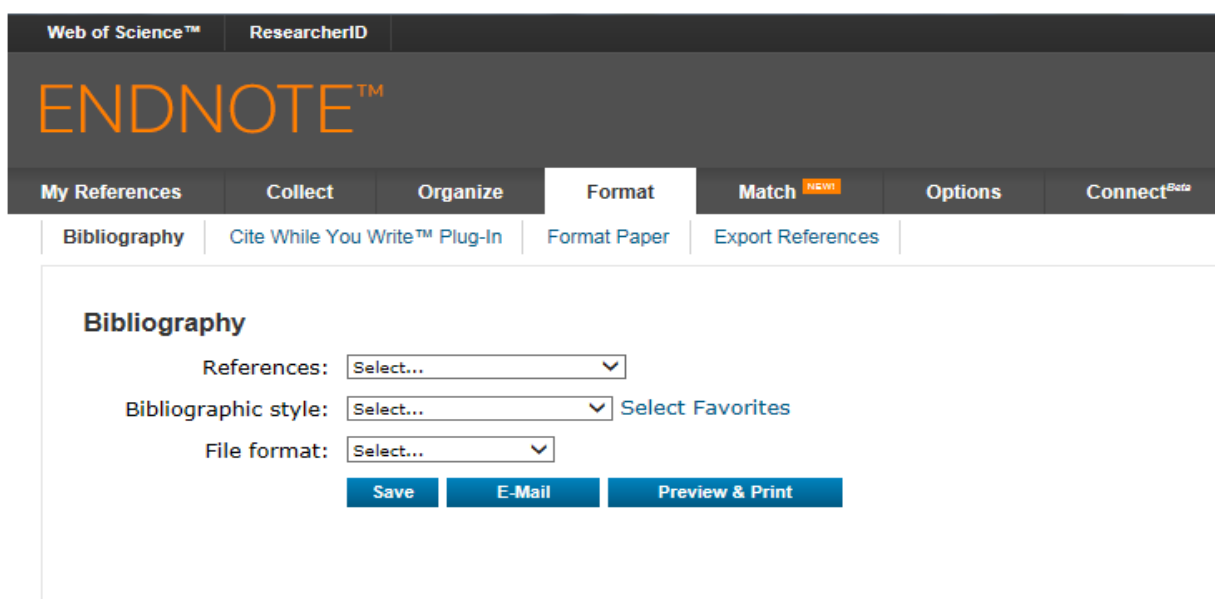


Рис. 4.33 Підготовка переліку бібліографії

- **References** вказуємо назву групи для формування списку.
- **Bibliographic style** – обрати бібліографічний стиль (назву видання, якщо є передплата) згідно до якого готується перелік.
- **File format** – вибрати тип файлу (для зручності подальшого редагування обираємо RTF).

Система не лише дозволяє зберегти список у файлі, а й пропонує відправити перелік поштою, попередньо подивитися й роздрукувати.

Опис повного функціоналу системи доступний http://www.myendnoteweb.com/help/en_us/ENW/help.htm.

4. Вивантаження файлу з бібліографічними описами для ENDNOTE

Власники масштабних інформаційних баз даних прагнуть зробити роботу користувача з ресурсами більш ефективною.

Одна з корисних функцій – автоматичне завантаження бібліографічного опису. Багато систем дають можливість групового вивантаження описів. Ця функція звичайно знаходиться під «Завантаження», «Експорт», «Цитувати» і т. п.

Головне правило під час експорту – імпорту записів – використання однакового формату.

3 **ScienceDirect** (<http://www.sciencedirect.com>) є провідним інформаційним рішенням від Elsevier, з яким ми ознайомилися в попередньому розділі. Для формування файлу для імпорту необхідно: провести пошук та відмітити документи (Рис.34), провести експорт у визначеному форматі для EndNote (Рис. 4.35).

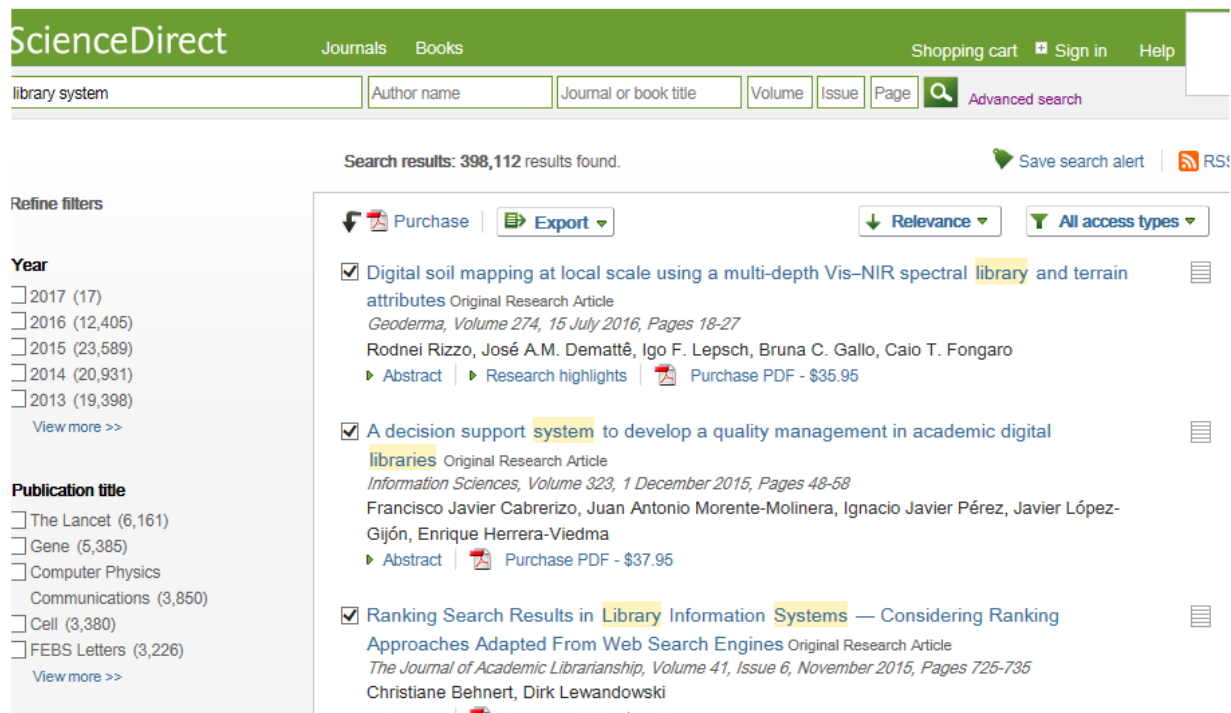


Рис. 4.34 Відібрані документи для імпорту

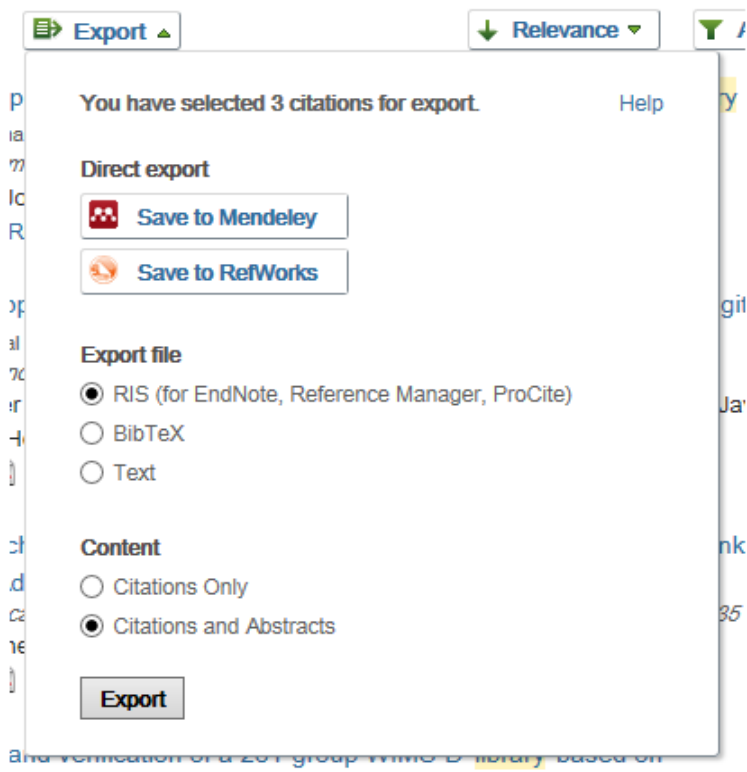


Рис. 4.35 Експорт записів

На головній сторінці **WorldCat** (<http://www.worldcat.org>) користувачеві надається інформація як отримати цитати матеріалів з бібліотеки в п'яти найпоширеніших стилях та експортувати їх в різні формати – **Build a bibliography**.

Відеоінструкція: <https://www.youtube.com/watch?v=X8W7kWMrVNk>
Спеціалізована пошукова система **Google Академія** (<http://scholar.google.com.ua>) має інструменти для цитування та експорту записів (Рис. 4.36).

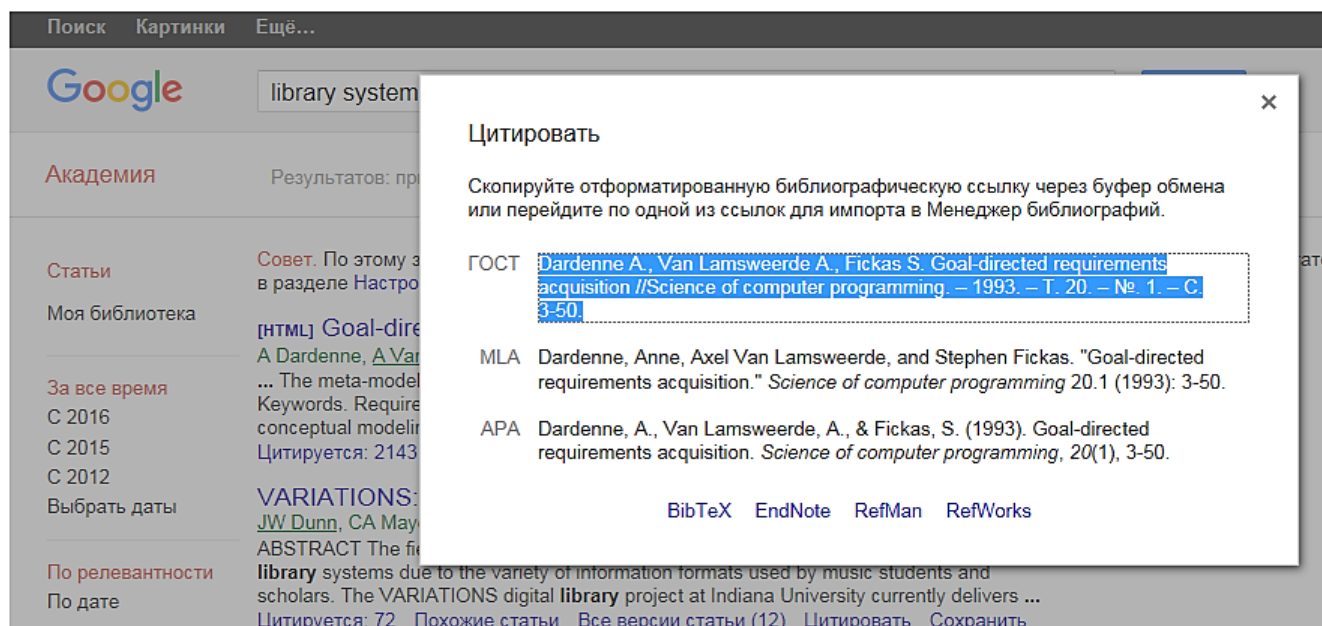


Рис. 4.36 Функція Цитувати

В області з описом ресурсу – функція Цитувати. Вибираємо для експорту формат Endnote, саме його необхідно вказати при проведенні імпорту.

4.6 Додаткова інформація за темою 3 та 4 розділів

Книжкові видання

1. Галеєва И.С. Интернет как инструмент библиографического поиска: учеб.-практ. пособие / И. С. Галеєва. – СПб. : Профессия, 2007. - 246 с. : ил. – (Библиотека). – ISBN 978-5-93913-145-2
2. Кутовенко А.А. Профессиональный поиск в Интернете / А. А. Кутовенко. - СПб. : Питер, 2011. – 256 с.: ил. – ISBN 978-5-459-00334-5
3. Паршукова Г.Б. Методика поиска профессиональной информации : учеб.-метод. пособие / Г. Б. Паршукова. – СПб. : Профессия, 2006. – 224 с.

Електронні ресурси

4. Главчева Ю.Н. Репозитории в системе мирового движения «Открытого доступа» [Электронный ресурс] /Ю. Н. Главчева // Электронный репозиторий Национального технического университета «Харьковский

політехнічний інститут» – Режим доступу:
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/4139>

5. Главчева Ю.М. Створення бренду ученого [Електронний ресурс] /Ю. М. Главчева // Електронний репозитарій Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» – Режим доступу:
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/15431>

6. Главчева Ю.Н. Научные метрики журналов, статей, авторов (Web of Science, Scopus, РИНЦ, Google Scholar, Index Copernicus International) Альтернативные метрики – Altmetric [Электронный ресурс] /Ю. Н. Главчева // Электронный репозитарий Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» – Режим доступа:
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/4374>

7. Главчева Ю.Н. Украинский индекс научного цитирования: текущее состояние и перспективы развития [Электронный ресурс] /Ю. Н. Главчева // Электронный репозитарий Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» - Режим доступа:
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/4376>

8. Главчева Ю.М. Наукові метрики автора: H-індекс (Web of Science, Scopus, Академія Google) [Електронний ресурс] /Ю. М. Главчева // Електронний репозитарій Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» - Режим доступу:
<http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/8423>

9. Главчева Ю.Н. Технология регистрации ученых НТУ «ХПИ» в мировом реестре Open Researcher and Contributor ID (ORCID) [Электронный ресурс] /Ю. Н. Главчева // Электронный репозитарий Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» - Режим доступа: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/4520>

10. Главчева Ю.Н. Цифровая идентификация Digital Object Identifier (DOI) [Электронный ресурс] /Ю. Н. Главчева // Электронный репозитарий Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» - Режим доступа: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/4373>

11. Главчева Ю.Н. Научные журналы: требования международных систем [Электронный ресурс] /Ю. Н. Главчева // Электронный репозитарий Национального технического университета «Харьковский политехнический институт» – Режим доступа: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/15003>

Контрольні питання

1. Які Ви знаєте наукометричні дослідження наукової інформації?
2. Яку функцію виконує Web of Science?
3. Що таке імпаکت-фактор наукового видання? Його призначення та формула розрахунку?
4. Що таке Scopus і яку функцію він виконує?
5. Що таке метрика автора твору? Авторський ідентифікатор?

5. ПЕРСОНАЛЬНЕ НАВЧАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ПЕРСОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНА МЕРЕЖА КУРАТОРА

5.1. Персональне навчальне середовище

*Ми змінили своє оточення так радикально,
що тепер повинні змінити себе, щоб жити
в цьому новому оточенні.
Норберт Вінер*

Важливим для куратора змісту є наявність персонального навчального середовища (ПНС), поняття яке з'явилося кілька років тому в західній літературі, пов'язане з практичним застосуванням ідей e-learning 2.0.

ПНС – це не конкретний додаток або сервіс, а особливий підхід до реалізації процесу навчання.

ПНС – це скоріше власне інформаційне середовище, яке будує навколо себе людина, з метою задоволення власних навчальних потреб (досягнення відповідних навчальних цілей), а інструменти web 2.0, у цьому аспекті, виступають лише одним з допоміжних засобів організації власного інформаційного середовища.

Перші кроки до визначення сутності та структури персонального навчального середовища в 2005 році зробив Скотт Уїлсон. Він називав цю концепцію «майбутній віртуально- навчальний простір». Згодом у 2006 році вчений сформулював ідеї персонального навчального середовища, як явища, що змінить традиційну освітню систему [29]. На його думку, персональне навчальне середовище забезпечує зв'язок між соціальними сервісами та користувачами для задоволення потреб останніх у ході аналізу інформації, спрямований на спільне використання й роботу над ресурсами. Воно дозволяє фільтрувати інформацію в межах контексту й організувати взаємодію між людьми та їх групами, реалізує концепцію неформального навчання протягом усього життя. Персональне навчальне середовище в перспективі уніфікує платформи різних інструментів і приводить їх до загального стандарту.

Джордж Сіменс розглядає ПНС з такої позиції [30]: «Воно (середовище) не є структурним об'єктом, програмою або системою управління навчанням. За своєю суттю – це набір інструментів, пов'язаних концепцією відкритості, здатності до взаємодії й управління з боку учня. Персональне навчальне середовище складається з двох елементів: інструменти та концептуальні поняття. Проблема в тім, що ми намагаємося обговорювати персональне навчальне середовище так, як би воно було виключно об'єктом на кшталт LMS або CMS. Але якщо ці середовища існують, то вони надто персоналізовані. Моє середовище може сильно відрізнятись від середовища колеги і складатися з дуже різних наборів інструментів».

Американські фахівці асоціації «Educause» визначають ПНС як інструменти, спільноти й послуги [31], які складають освітні платформи

студентів з метою спрямування власного вчення та досягнення освітніх цілей.

«Персональне» означає, що в ході роботи куратор визначає свої цілі й відповідно до них використовує зручні йому соціальні сервіси web 2.0 для пошуку, обробки і створення інформаційних ресурсів. Наприклад, у Twitter ви самі вибираєте за якими людьми слідувати, задаєте особливі (власні) умови пошуку інформації. Крім того, соціальні сервіси web 2.0, які використовує куратор, теж можуть бути різноманітними та можуть використовуватися по-різному (для пошуку, обробки або створення інформації).

«Середовище» описує деякий простір, в якому досягаються певні цілі. Коли ми розмовляємо про простір, дослідники мають на увазі набір певним чином пов'язаних між собою умов, що можуть впливати на людину.

Ідея персонального навчального середовища полягає в тому, що люди (викладачі, студенти, куратори) повинні не просто пасивно споживати інформацію, що отримується з обмеженого числа запропонованих їм джерел, а користуватися відразу безліччю інформаційних ресурсів, систематизувати й порівнювати отримані знання і, навіть, в кінцевому підсумку, самостійно створювати нові джерела інформації.

Орієнтовний алгоритм створення персонального навчального середовища може бути таким:

- Створіть аккаунт на Gmail.com, Twitter.com, Facebook.com.
- Створіть свій блог (наприклад <http://blogger.com>), напишіть про себе.
- Зареєструйтеся в співтоваристві.
- Створіть свої канали на Diigo, Delicio, Feedly.
- Напишіть свій блог (бажано з посиланнями).
- Підключіть користувачів з Twitter.
- Розкажіть про це у вашому блозі (twitter, ning).
- Створіть свою мережу зв'язків (twitter, RSS, facebook).
- Вивчайте особливості ваших інструментів.
- Слідкуйте за змінами через Twitter, RSS канали netvibes.com чи інші агрегатори.

За своєю структурою ПНС створюється самостійно, і тому відповідальність за організацію роботи покладається на студента.

Таким чином, **відбір інструментів для ПНС – справа суто особиста, яка залежить від цілей автора.** Але чим багатше це середовище, тим більше навчальних можливостей з'являється у користувача Інтернет. Тому рекомендується його постійно розвивати з урахуванням нових можливостей соціальних сервісів. Ідея ПНС полягає в тому, що ми повинні бути активними й користуватися безліччю інформаційних ресурсів, систематизувати та порівнювати отримані знання, а також самостійно створювати нові джерела інформації.

Отже, основні підходи, що сформувалися про поняття і структури ПНС можна узагальнити наступним чином:

- це ті соціальні сервіси, які використовує користувач для організації своєї роботи (з метою задоволення освітніх потреб);
- це не тільки інструменти web 2.0, але й люди, газети, журнали, книги, відвідування конференцій, спілкування між людьми в реальному часі, усе, що використовує людина для навчання;
- ПНС це не конкретна програма або служба, а особливий підхід до реалізації навчання, у тому числі з використанням сервісів web 2.0.

5.2 Персональна навчальна мережа

Персональне навчальне середовище це не тільки комфортне середовище для здійснення діяльності, але й засіб створення персональної навчальної мережі, де ми можемо взаємодіяти не тільки з нашими прямими колегами, але й з їх партнерами по спільній діяльності (рис. 5.1). Це істотно розширює наше коло спілкування, дає можливість одержувати набагато більше професійної інформації. Ця мережа постійно змінюється, але практично на будь-якому етапі є постійні зв'язки, які сприяють створенню «спільнот практики».

«Співтовариства практиків являють собою групи людей, які захоплені комплексом проблем конкретної теми, поглиблюють свої знання та досвід у цій галузі, взаємодіючи між собою на постійній основі» (визначення Вегнера, 2002).



Рис 5.1. Персональне навчальне середовище

Персональна навчальна мережа допоможе:

- просіяти всі дані й відібрати ту інформацію, яка буде найбільш корисна саме для вас;
- знайти навчальні ресурси;
- знайти відповіді на ваші запитання, коли ви спробуєте застосувати результати навчання на практиці;
- ділитися своїм досвідом в діалозі.

Персональні навчальні мережі можна розглядати як «зону найближчого розвитку», яку визначив Л.С. Виготський [32]. На його думку, взаємодія із соціальним середовищем, у тому числі з іншими особистостями, має важливе значення для сприяння когнітивного росту й набуття знань. Навчання передбачає відповідну соціальну природу і процес, при якому учень росте в інтелектуальному плані. Правильно спроектована персональна навчальна мережа істотно полегшує навчальний процес, вона повинна бути простою та ефективною.

На базі ПНС та ПН-мережі може розвиватися краудсорсінг, ідея якого була запропонована Джеффом Хоу в 2006 році як об'єднання моделі Вікі і аутсорсингу [33]. За Хоу, кваліфіковані односторонні співпрацюватимуть через Інтернет для надання дешевих послуг різним організаціям.

Прикладом краудсорсингу може бути педагогічне проектування нових дистанційних курсів, до якого мають бути залучені фахівці різних напрямків. Така розробка дистанційного курсу забезпечує високу якість при низьких фінансових витратах.

Бажано, щоб у процесі роботи куратора кількість інструментів росла. Це сприяє розвитку персональної навчальної мережі й досягненню поставлених власних цілей.

Десять порад для використання персональної навчальної мережі [34]:

1. Зберігати дух співробітництва, як рушійну силу. Персональні навчальні мережі – це мережі для спільної роботи, де важливо не те, що повинні отримати, а те, що повинні дати. Співпраця створює загальну платформу й дозволяє бачити ваші інтереси. Соціальна відповідальність є кращою мотивацією.
2. Зареєструватися в інтернет-спільнотах Edmodo, або Ning і створити власні віртуальні простори.
3. Зареєструватися в групах Meetup, Google +, Skype.
4. Пам'ятати, що персональна навчальна мережа – це відкритий обмін інформацією.
5. Ставити запитання.
6. Бути активним учасником.
7. Дотримуватися веб-етикету.
8. Створити професійні та особисті акаунти.
9. Створити цільову сторінку. Це гарна ідея, об'єднати всі акаунти на цільовій сторінці. Це простір, де можна демонструвати свої проекти.
10. Залучати новачків.

Інструменти і стратегії для налагодження продуктивної персональної навчальної мережі [34]:

1. Використовуйте Diigo, Evernote, pocket або delicio.us для створення соціальних закладок.
2. Використовуйте RSS агрегатори, щоб підписатися на блоги.
3. Створюйте власну платформу блогів на WordPress або blogger.com.
4. Діліться на Twitter посиланнями. Twitter є інструментом, який найбільш часто використовується серед вчених для розширення персональної навчальної мережі. LinkedIn, Facebook і Google+ також забезпечує доступ до різних типів мереж.
5. Перегляньте свої ролі. Розгляньте свій стиль роботи при розробці конкретного підходу до вашої персональної навчальної мережі.
6. Об'єднайте свої ресурси. Такі програми, як HootSuite дозволяють агрегувати всі облікові записи соціальних медіа в одному інтерфейсі.
7. Пройдіть безкоштовні курси (при наявності таких), щоб дізнатися про персональну навчальну мережу.
8. Будьте в курсі нових інструментів.
9. Ви можете прискорити процес входу в систему за допомогою установки додатків управління пароллями.
10. Поділіться своїми власними знаннями з іншими педагогами на сайті або в блозі.

Ховард Рейнгольд виклав 8 ключових думок про те, як побудувати свою власну мережу [35]:

	<p>1. Дослідження. Відкритість для нових ідей, знань, пошук фахівців, колег по навчанню.</p>
	<p>2. Пошук. Використання Diigo, Delicious, та ін. Для пошуку досвіду у галузях, які вас цікавлять. Ваша мета виявлення людей і потенційних джерел, які можна додати до вашої особистої мережі.</p>
	<p>3. Дотримання. Слідуйте за кандидатами через RSS, Twitter. Визначте, чи є вони гідними членами Вашої мережі. Чи є інформація, яку вони розміщують, точною? Як багато корисного в їх повідомленнях?</p>
	<p>4. Налаштування. Підтримуйте налаштування своєї мережі, видаляйте нецікавих учасників і додавайте нових кандидатів, виділяйте лідерів.</p>
	<p>5. Подача. Інформація, з якою Ви стикаєтеся, може бути цікава іншим. Поділіться нею.</p>
	<p>6. Участь. Не забувайте дякувати людям за цікаву інформацію.</p>
	<p>7. Отримання інформації. Будуйте взаємовигідні відносини з учасниками Вашої мережі.</p>
	<p>8. Відповіді. Відповідайте на запити, що зроблені до вас. Дотримуйтеся мережевого етикету.</p>

Рекомендації щодо формування професійної мережі:

- Не бійтеся виконувати важку роботу й робити помилки.
- Приєднуйтеся до тематичної дискусії.
- Беріть участь в обговоренні! Проявляйте себе як лідер.
- Поговоріть зі своїми колегами, які зацікавлені у співпраці
- Не бійтеся побудувати нове співтовариство з колегами в інтерактивному режимі.
- Дізнайтеся думку лідерів на Twitter, LinkedIn, Quora і т.ін.
- Відвідайте семінари та конференції.
- Залишайтеся на зв'язку з новими людьми!

5.3 Стратегія розробки персональної навчальної мережі

Стратегія розробки персональної навчальної мережі, типова схема якої для викладача представлена на рис. 5.2, описана в роботі [36].

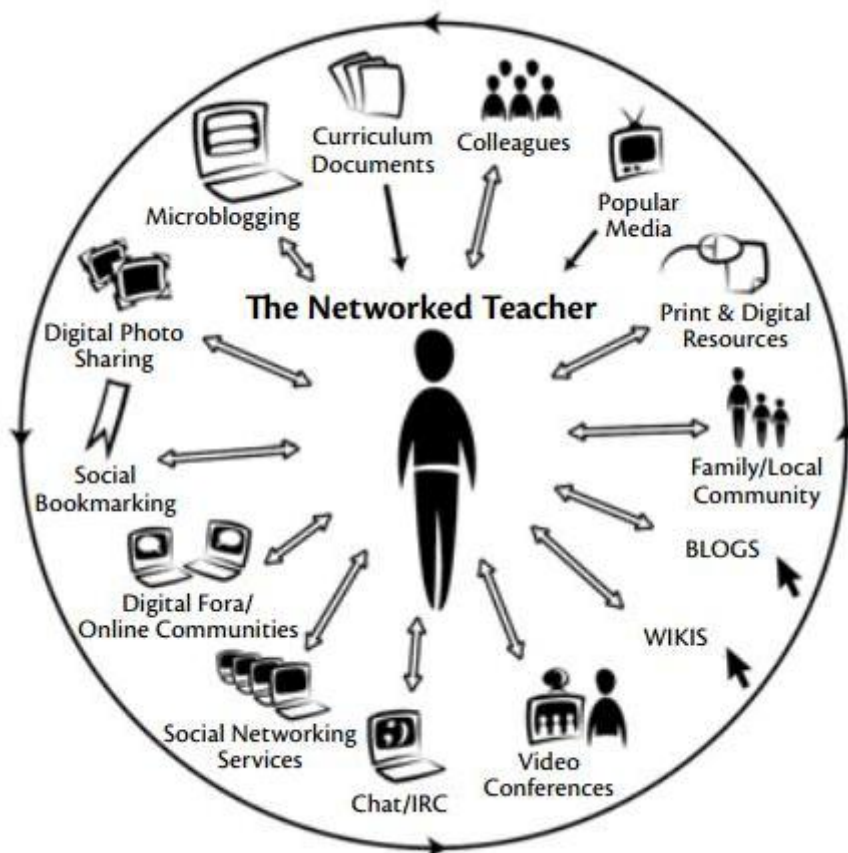


Рис. 5.2 Типова схема персональної мережі викладача

Занурення. Вся стратегія ПНМ залежить від використання та розуміння ролі соціальних сервісів у формуванні мережі. Важливе значення має розуміння того, як вони працюють та можуть бути використані разом.

Вчимося читати соціальні ресурси. Хоча ситуація поліпшується, традиційні пошукові системи в даний час не підходять для читання соціальних ресурсів. Є ряд соціальних пошукових систем масової інформації та інструментів, які важливі для розуміння. Спеціалізовані інструменти пошуку, такі як Technorati, Google Blog Search, або WhosTalkin дозволяють отримувати кращі результати пошуку.

Зміцнення мережі. Створення контенту є важливим напрямком діяльності, яка може включати написання та обмін блогами, змістом та посилання на ресурси. Також важливі відгуки про внесок інших для соціальних зв'язків.

Знай свої підключення. Завдяки постійній взаємодії, куратор знає навички своїх колег у мережі. Це дозволяє направити користувачів до тих, хто більш досвідчений в окремих областях, особливо, нових. Ці взаємодії приносять користь у розширенні своїх мереж.

Мережі в навчанні. ПНМ призначені для сталого, довгострокового зв'язку учасників мережі.

5.4 Відкриті освітні ресурси

У своїй найпростішій формі концепція відкритих освітніх ресурсів (ВОР) описує будь-які освітні ресурси (у тому числі програми, навчальні матеріали, підручники, відео, мультимедійні додатки, підкасти та інші матеріали, які були розроблені для викладання та навчання), які відкрито й вони безкоштовно доступні для використання викладачами та студентами [37].

Відкритий освітній ресурс включає в себе ліцензію, яка полегшує повторне використання, і, можливо, адаптацію, без спеціального дозволу від власника авторських прав.

В умовах, коли інформаційні технології стають більш доступними, педагоги виявили, що цифрові освітні ресурси є важливою складовою навчального процесу. У 1994 році В. Ходжінс (Wayne Hodgins) увів у науковий обіг термін «навчальний об'єкт» для позначення цифрових матеріалів, які після розробки можна було використовувати неодноразово [38]. У 1998 році Д. Уайлі (David Wiley), на підставі дослідження сутності поняття «відкритий контент», дійшов висновку, що принципи руху «відкритого програмного забезпечення» можуть бути застосовані також до інформаційного наповнення ресурсу (або до його змісту) [39].

Згідно з класичним визначенням [40] термін «відкритий» означає надання додаткових авторських дозволів на інформацію понад такі, що вже надані стандартним законодавством у сфері авторського права. Чим менше автор накладає обмежень на свій контент, тим більше він стає «відкритим». Ці додаткові дозволи виявляються у наступному:

- повторне використання (Reuse) – право на повторне використання матеріалу у незмінній формі;
- перегляд (Revise) – право на адаптування, коригування або змінювання змісту матеріалу;
- ремікс (Remix) – право об'єднувати оригінал матеріалу з іншими об'єктами або переробляти зміст таким чином, щоб створити щось нове;
- перерозподіл (Redistribute) – право на копіювання оригінального матеріалу.

У той же час, слід зазначити, що на появу й розвиток концепції відкритих освітніх ресурсів значно вплинула ініціатива «відкритого доступу до публікацій» (Open Access Publishing) [41, 42].

Власне сам термін «відкриті освітні ресурси» вперше був проголошений на конференції ЮНЕСКО у 2002 році в контексті відкритого надання освітніх ресурсів за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій, для консультацій та використання співтовариством користувачів у некомерційних цілях [43].

Першопричиною для розвитку ідеї відкритих освітніх ресурсів є намір світового співтовариства сприяти доступу до знань якомога більшої кількості людей. Чимало існуючих відкритих освітніх ресурсів були розроблені у вищих навчальних закладах викладачами, переконаними в тому, що діяльність зі створення цих ресурсів розширює рамки можливостей місії вищої освіти, сприяючи отриманню нових і поширенню вже існуючих знань.

Комюніке Всесвітньої конференції з вищої освіти 2009 року визначає такі ключові позиції щодо відкритих освітніх ресурсів:

- відкрита дистанційна освіта та інформаційно-комунікаційні технології дають можливість розширити доступ до якісної освіти, особливо коли відкриті освітні ресурси без перешкод використовуються спільно багатьма країнами та установами вищої освіти;
- необхідно забезпечувати систематичне поширення інформації, відкритість і прозорість при висвітленні конкретної діяльності окремих установ вищої освіти;
- необхідно забезпечити ширший і відкритіший доступ до результатів наукових досліджень з використанням інформаційно-комунікаційних технологій, крім забезпечення відкритого доступу до наукової літератури;
- вищою школою повинна задовольнятися потреба у збільшенні обсягу інформації, відкритої й достовірної, наданої, у тому числі, і приватними вищими навчальними закладами [44].

Сучасні керівні документи ЮНЕСКО [45, 46; 47] визначають відкриті освітні ресурси як навчальні або наукові ресурси, що розміщені у вільному доступі, або видані з ліцензією, що дозволяє їх вільне використання або переробку. Відкриті освітні ресурси включають в себе повні навчальні курси, навчальні матеріали, модулі, підручники, відео, тести, програмне забезпечення, а також будь-які інші засоби, матеріали або технології, які використовуються для надання доступу до знань.

Головним у цьому визначенні, є положення про те, що ресурси мають бути «розміщені у вільному доступі, або видані з ліцензією, що дозволяє їх вільне використання або переробку».

Слід зазначити той факт, що ЮНЕСКО протягом 2007-2012 років прийняла ряд керівних документів, які стосуються розвитку Концепції відкритої освіти, а також створення та розповсюдження відкритих освітніх ресурсів. Так, керівні принципи Співдружності навчання та ЮНЕСКО 2011

року першочерговими завданнями визначають формування в галузі освіти «професійних співтовариств» з метою поширення знань і доступу до відкритих і різноманітних навчальних ресурсів на всіх рівнях, включаючи відкритий доступ до наукової інформації. У цих принципах також приділено увагу розвитку цифрових бібліотек з відкритими освітніми ресурсами (навчальним програмним забезпеченням з відкритим вихідним кодом і цифровими засобами навчання) з метою забезпечення високої якості навчання протягом усього життя [48].

Паризька декларація з відкритих освітніх ресурсів 2012 року, рекомендує державам у межах їх можливостей і повноважень [49]:

- сприяти інформуванню громадськості та використанню відкритих освітніх ресурсів (ВОР);
- заохочувати і використовувати ВОР з метою розширення доступу до всіх рівнів освіти, як формальної, так і неформальної, в перспективі безперервного навчання, сприяючи тим самим соціальній інтеграції, гендерній рівності та розвитку освіти для осіб з особливими потребами;
- сприяти створенню умов для використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ);
- поліпшувати грамотність щодо застосування засобів комунікації та заохочувати розвиток і використання ВОР у вільних стандартних цифрових форматах;
- підтримувати освітні установи, забезпечувати підготовку й підвищувати мотивацію викладачів та іншого персоналу в питаннях розробки і спільного використання високоякісних і доступних освітніх ресурсів;
- використовувати переваги актуальних технологій з метою створення можливостей для спільного застосування матеріалів, які були видані з відкритими ліцензіями на різноманітних носіях;
- сприяти розробці та використанню ВОР мовами країн і в різноманітних культурних контекстах для забезпечення їх адекватності та доступності;
- підтримувати дослідження в галузі розробки, використання, оцінки та реадптації ВОР;
- сприяти пошуку, отриманню та спільному використанню ВОР, заохочувати розробку зручних інструментів для пошуку та отримання ВОР, специфічно адаптованих до конкретних потреб.

Переважає більшість опублікованих ВОР наполягає на адаптації оригінального ресурсу. Звичайні засоби, за допомогою яких ВОР можуть бути змінені, є такими:

- **Змішування:** різні ВОР змішуються і створюється абсолютно новий ресурс. Це звичайна практика, коли розробники курсу повинні розробити матеріали й ресурси, щоб відповідати особливим вимогам. Загальною проблемою є те, що рідко можна знайти ВОР, які ідеально підходять «як є».

- **Адаптація:** Це відбувається, коли один ВОР використовують для того, щоб гармонізувати його відповідно з регіональними умовами (переклад, додавання регіональних прикладів).
- **Використання частини:** можна виділити лише деякі частини ВОР і використовувати їх у створенні нового ресурсу. Особливо це стосується медіа-елементів, таких як фотографії, ілюстрації і графіки, оскільки розробникам часто не вистачає навичок і ресурсів для розробки власних версій найбільш часто використовуваних мультимедіа об'єктів.

5.5 Ліцензія Creative Commons

Світова спільнота вже більше 10 років розвиває так званий напрям «відкритих ліцензій», над змістом і механізмом використання яких працює організація **Creative Commons**. Creative Commons – це неприбуткова організація, яка прагне полегшити використання та створення похідних творів, дотримуючись авторських прав розробників. Вона розробила й оприлюднила кілька ліцензійних угод щодо авторських прав, відомих як «ліцензії Creative Commons».

Ліцензії Creative Commons є інструментом управління винятковими правами на об'єкти інтелектуальної власності, а саме – об'єкти авторського права і суміжних прав. Creative Commons – це спроба створити ліцензійну модель, яка змогла б працювати в будь-якій країні. Діяльність цієї організації спрямована на те, щоб виробити певний стандарт у сфері відкритих ліцензій і усунути проблему несумісності, надаючи правовласникам можливість дозволяти використання їх творів і об'єктів суміжних прав невизначеному колу осіб по всьому світу.

Головна мета Creative Commons – дозволити власникам авторських прав передати деякі з них громадськості, і в той же час зберегти за собою інші права. Справа в тому, що згідно із законодавством більшості країн світу законами про авторське право всі права, як майнові, так і немайнові, належать авторам автоматично. Creative Commons роблять можливим передачу деяких прав громадськості за допомогою згаданого сімейства ліцензій, визнаних законодавством багатьох країн світу.

До сьогодні організація Creative Commons випустила три покоління ліцензій, остання редакція – 3.0 була прийнята в 2007 році. За приблизними оцінками у світі налічується близько **500 млн творів, опублікованих під ліцензіями Creative Commons**. У даний час ведеться обговорення четвертої версії ліцензій, де будуть урегульовані питання, пов'язані із застосуванням у країнах Євросоюзу виняткових прав на бази даних, а також продовжена робота зі збільшення сумісності Creative Commons з іншими національними ліцензіями.

Усі шість актуальних на сьогодні ліцензій Creative Commons мають багато важливих спільних рис. Кожна ліцензія зберігає авторські права автора твору, повідомляє, що сумлінне використання іншими людьми, перший продаж і право на свободу самовираження не будуть порушуватися

цією ліцензією. Кожна ліцензія вимагає від користувачів творів отримувати дозвіл автора на будь-які дії, які автор вирішить обмежити, наприклад, використання в комерційних цілях, створення похідного твору. Тобто ліцензія дозволяє користувачам твору (об'єкту), якщо вони дотримуються ваших умов, копіювати твір, поширювати його, демонструвати або виконувати його публічно, перекладати твір в інший формат як точну копію.

Які ж ліцензії надає Creative Commons [50; 51]:

1. Ліцензія «Із зазначенням авторства» (Attribution) – CC BY.



Ця ліцензія дозволяє іншим поширювати, переробляти, вносити зміни й використовувати роботу в якості джерела, у тому числі в комерційних цілях, за умови наявності посилання на оригінальне джерело.

Використання цієї ліцензії рекомендується для забезпечення максимального поширення та використання ліцензованих матеріалів.

2. Ліцензія «Із зазначенням авторства – Без похідних» (Attribution-NoDerivatives)-CC BY-ND.



Ця ліцензія дозволяє розповсюдження як у комерційних, так і в некомерційних цілях, за умови відсутності яких би то не було змін і скорочень із зазначенням посилання на автора.

3. Ліцензія «Із зазначенням авторства – Некомерційна – зі збереженням умов» (Attribution-Non Commercial-Share Alike) - CC BY-NC-SA.



Ця ліцензія дозволяє переробляти, вносити зміни й використовувати оригінальну роботу в якості джерела в некомерційних цілях, за умови посилання на автора та ліцензування створених на її основі матеріалів на

аналогічних умовах.

4. Ліцензія «Із зазначенням авторства – Зі збереженням умов» (Attribution-ShareAlike) - CC BY-SA.



Ця ліцензія дозволяє переробляти, виправляти й розвивати дану роботу, у тому числі в комерційних цілях, за умови посилання на автора та ліцензування створених на основі даної роботи матеріалів на

аналогічних умовах. Ця ліцензія часто порівнюється з «копілефт», вільною ліцензією на відкрите програмне забезпечення. Усі нові роботи, що є похідними від оригіналу, повинні поширюватися під такою ж ліцензією, і, отже, будуть допускати їх комерційне використання. Ця ліцензія, наприклад, застосовується у Вікіпедії й рекомендується для творів, до яких включено матеріали з Вікіпедії.

5. Ліцензія «Із зазначенням авторства – Некомерційна» (Attribution-NonCommercial) – CC BY-NC.



Ця ліцензія дозволяє переробляти, вносити зміни й використовувати вашу роботу в якості джерела в некомерційних цілях, і, хоча для похідних робіт

зберігаються вимоги щодо посилання на авторів та некомерційне використання, нові роботи не обов'язково ліцензувати на тих самих умовах.

6. Ліцензія «Із зазначенням авторства – Некомерційна – Без похідних» (Attribution-Non Commercial-No Derivatives) – CC BY-NC-ND.



Вона дозволяє лише вільне поширення матеріалів, за умови посилання на автора, без можливості вносити в їх роботи будь-які зміни або використовувати їх у комерційних цілях.

Creative Commons також виділяє такий вид ліцензування (механізм) як «Усі права скасовані» (No rights reserved) – CC0.

CC0 надає бажаним можливість відмовитися від будь-яких своїх авторських прав, наскільки це можливо в рамках існуючого законодавства. Як тільки автор або подальший власник роботи застосовує до неї ліцензію CC0, ця робота більше не належить йому, що існує у законодавстві про авторське право.

Всі існуючі ліцензії CC вимагають посилання на автора (авторів). Якщо правовласник не вказав, яким саме способом слід посилатися на авторів, це не означає, що таке посилання необов'язкове. У цьому випадку слід надати настільки повне посилання на автора, наскільки це можливо на основі наявної у вас інформації. У цілому, це означає дотримання п'яти положень [50]:

1. Якщо робота містить яке-небудь повідомлення про авторські права, внесені правовласником, то слід залишити це повідомлення без змін, або відтворити його у спосіб, що припустимий для формату вашої публікації.
2. Необхідно навести ім'я автора, псевдонім, ім'я користувача і т. ін. При публікації в Інтернеті, бажано додати посилання на особисту сторінку автора, якщо вона існує.
3. Слід процитувати назву роботи, якщо вона існує. При публікації в Інтернеті рекомендується додати до назви посилання на оригінальне джерело.
4. Слід послатися на вид ліцензії CC, яку обрано автором для даної роботи. При публікації в Інтернет бажано додати до назви ліцензії посилання на сторінку з цією ліцензією на сайті Creative Commons.
5. При переробці або адаптації оригінального матеріалу, на додаток до всього вищезазначеного, потрібно вказати, що робота є переробкою або адаптацією.

Приклад: *Адаптовано на умовах ліцензії CC-BY із сайту <http://creativecommons.org/licenses> 20 грудня 2012 року; зміст цього сайту поширюється на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 3.0*

Значимо, що сайт Creative Commons має окрему сторінку, яка пов'язана з пошуком у мережі Інтернет матеріалів, які поширюються під відкритими ліцензіями: <http://search.creativecommons.org>. Однак слід пам'ятати, що ця сторінка не є пошуковою системою, це певний дороговказ для зручного доступу до пошукових служб інших незалежних організацій.

5.6 Базові сервіси куратора змісту

*Треба, щоб умови, а не керівники змушували
людей працювати.
Рютаро Хасімото*

Соціальні сервіси базуються на хмарних обчисленнях (програмне забезпечення як послуга або SAAS) виконання програм, розташованих на серверах [52], що дає певні переваги:

- програмне забезпечення відстежується й контролюється;
- управління версіями програмного забезпечення спрощено;
- небезпеки поширення вірусів зводяться до мінімуму;
- вихідні дані й отримані файли можна зберігати, управляти централізовано на серверах брандмауерів;
- можна працювати на простих конфігураціях комп'ютерів.

Вибір хмарних технологій можна здійснити з числа кращих програмних продуктів [53], що використовуються в навчальному процесі.

5.6.1 Блогосфера

Найпершим базовим соціальним сервісом куратора був **блог**. **Блогосфера** сприяє відкритості, це простір для обговорення, обміну інформацією та спілкування один з одним. Блог куратора – це критичний аналіз останніх публікацій, погляди на деякі проблеми, роздуми. Блоги можуть сказати, хто був на сайті і прочитав сторінки блогу. Написання таких блогів змушує читати блоги інших дослідників.

Є п'ять способів курирування змісту в блозі [54]:

- Редагування та публікація змісту.
- Публікація оглядів у блозі з посиланнями й коментарями.
- Публікація слайд-шоу для виділення змісту з різних джерел.
- Вбудовування змісту в блог з використання Storify і Rebelmouse.
- Курирування змісту за допомогою онлайн-відео.

5.6.2 Twitter

Одним з основних інструментів збору інформації на даному етапі є **Twitter (мікроблог)**, який в останні 6 років посідає перше місце в рейтингу соціальних сервісів для навчання.

Twitter заснували в березні 2006 року Джек Дорсі, Біз Стоун, Євангеліє Уїльмс і Ноане Глесс. Twitter – це постійний анонс повідомлень до 140 символів (мікроблоги) в реальному часі будь-якій галузі або напрямку; експертні оцінки; ефективна система налагодження контактів, популярна в експертів. Він дозволяє розміщувати оголошення, надавати посилання, проводити опитування, читати повідомлення видатних діячів науки, політики та ін.

Ефективність Twitter залежить від кількості й кваліфікації користувачів, за якими стежить куратор змісту. Наприклад, у мережі можна знайти і скористатися списками педагогів-експертів [55]. Постійна робота з пошуку інформації з використанням інших сервісів мережі повинна бути спрямована на поповнення списку експертів.

Збір інформації виконується у вигляді власних твітів з різних джерел і ретвітів.

Twitter дуже популярний новинний ресурс. Якщо знати, де і як шукати, ніколи не буде браку контенту для блогу. Є три причини, чому Twitter є основним інструментом курирування змісту:

- Twitter дає оперативну інформацію щомиті.
- Twitter популярний в експертів, що робить вашу роботу легшою.
- Twitter наповнений важливим змістом.

Слід мати на увазі, що інформація в Twitter дуже різноманітна й потрібне вміння фільтрувати інформацію. Психологічне дослідження [56] показує, що:

1. Twitter це як гра в зіпсований телефон.
2. Люди приєднуються до Twitter, щоб слідувати за своїми друзями.
3. Більшість твітів становлять «лепет», а не інформаційні повідомлення.

Компанія Аналітика класифікувала 2000 тижневих твітів. Вони виділили шість категорій: безглузда балаканина 41%, розмова 38%, предметні посилання 9%, самореклама 6%, спам 4%, новини 4%.

Середній вік користувача Twitter складає 31 рік, Facebook 33 роки, LinkedIn - 39 рік.

Чоловіки – лідери Twitter. У Twitter 55% жінок, але чоловіки мають на 15% більше послідовників,

20 відсотків користувачів «інформери» (обмінюються інформацією й відповідають іншим користувачам), 80 відсотків «меформери» (інформація про себе).

Твіти на певну тему рідко циркулюють більше тижня (зазвичай, кілька днів). 85% з цих твітів пов'язані з новинами. Середній час життя твіту близько 20 хвилин.

10% користувачів Twitter дають 90% твітів.

Twitter більш інформаційна й менш соціальна спільнота. Twitter демонструє відносно низький рівень взаємності в порівнянні з іншими соціальними мережами. Тільки 22% користувачів Twitter мають взаємні зв'язки між собою, у порівнянні з 68% на Flickr і 84% на Yahoo!

Велику роль в отриманні інформації з Twitter відіграють хештеги. Кожна предметна область має свій перелік хештегів, які необхідно використовувати для пошуку інформації [57].

Результати досліджень по залученню послідовників у Twitter, які проводилися для 507 користувачів протягом 15 місяців і в ході яких було проаналізовано близько 500 тис. твітів [58], дають можливість сформулювати такі рекомендації:

1. Слід уникати негативних настроїв.
2. Треба підвищити соціальну довіру для залучення послідовників. Необхідно створювати інформативні твіти, гідні для ретвіту. Найпростіший спосіб збільшити довіру є завершення вашого профілю користувача.
3. Необхідно «залишатися в темі».
4. Не зловживати хештегом (#).
5. Слід використовувати сплеск активності.
6. Слід використовувати трансляцію й адресу розсилку.

Будь-яке джерело інформації може дати цінну інформацію або навмисну брехню чи помилку. Завдання куратора перевірити інформацію, яка виглядає корисною. Є безліч різних способів:

1. Оцінка джерел Twitter

- Використовуйте Twitter регулярно. Чим більше використовується Twitter, тим вище розуміння, відповідальність й ефективність.
- Аналіз джерел Twitter. Регулярне використання джерел підвищує до них довіру.
- Вивчіть профіль тих, за ким слідкуєте.
- Аналізуйте контакти тих, за ким слідкуєте.

2. Оцініть контекст

- Перевіряйте час появи твіта.
- Перевірте фотографії подій.
- Подивіться для підтвердження інформації замітки в соціальних мережах.
- Перевірте попередні замітки в соціальних мережах за цією темою.

3. Підключіть зовнішній зв'язок

- Можна підключитися безпосередньо й поставити кілька запитань, щоб ви могли оцінити інформацію.
- Надіслати пряме повідомлення автору.
- Надіслати твіт з проханням поговорити.
- Знайти адресу електронної пошти або номер телефону.
- Попросити фотографію, якщо людина розмістила фотографії в соціальних мережах.
- Знайти інші джерела.

4. Оцініть ситуацію.

- Перевірка може зайняти багато часу, але це виправдано, якщо Ви хочете бути впевнені у фактах.

5. Використовуйте краудсорсінг.

- Можна звернутися за допомогою до колег з Twitter й отримати корисні поради.

5.6.3 Paper.li

Наступним соціальним сервісом є **Paper.li**, який автоматично формує газету з твітів. Головне джерело – свій твіт і твіти будь-якого іншого користувача з можливістю фільтрації за заданими словами (або повністю, без

неї). Можна також вводити акаунти Google+, YouTube або RSS стрічки. Маленький нюанс: усі джерела, крім твіттера, з'являються тільки після введення пошукового запиту.

Газета Paper.li може виходити один або два рази на день, а також щотижня, день і час виходу налаштовується. Легко шукати газети «друзів» по Твіттеру, або просто чужі газети за назвою. Можна підписатися на будь-яку газету, тоді при її виході буде приходити повідомлення на пошту. Старі газети формують архів, можна подивитися газету за будь-який день.

5.6.4 RebelMouse

RebelMouse.com дозволяє не тільки збирати всю інформацію зі своїх акаунтів соціальних мереж, але й зробити його центром курування, єдиним центром управління. Адже в ньому можна не тільки збирати свої пости, але й відправляти їх у свої акаунти.

Вигоди від використання RebelMouse:

- Підвищення видимості соціального потоку.
- Можливість формування каналу якісної тематичної інформації.
- Можливість зміцнити свою репутацію в якості експерта.
- Демонстрація курирування змісту в одному зручному форматі.
- Можливість об'єднання декількох соціальних потоків в одному місці й надання їх у форматі, зручному для читання.

5.6.5 Scoop.it

Для зберігання інформації може бути використаний сервіс **Scoop.it** (електронний журнал). Він має більше можливостей для управління матеріалами сторінки й формується безпосередньо куратором змісту. Іншою особливістю сервісу є тісна інтеграція з соціальними мережами: будь-який з матеріалів в один клік можна опублікувати, наприклад, у Твіттері або Фейсбуці.

5.6.6 Pinterest

Pinterest можна розглядати як орієнтовану на візуальний контент комбінацію ряду можливостей Twitter, Facebook і ресурсів соціальних закладок [59]. Це впорядковане зберігання й обмін анотованими фото, картинками та відео-роліками.

5.6.7. Diigo

Diigo – закладки в мережі. Є два варіанти використання Diigo: в якості закладок, де можна помітити й організувати посилання на файл в Інтернеті, або перевіряти посилання та закладки інших користувачів; співтовариство практики, де можна приєднатися до груп однодумців-викладачів, щоб вчитися й рости професійно.

У Diigo.com є особистий простір (**My Library**), де зберігається різноманітна інформація користувача, причому, це не тільки закладки. Крім того є ще такі можливості:

- Нотатки (Notes) – можна писати текстові замітки й зберігати їх онлайн. Це дуже зручно.
- Підсвічування (Highlight) важливих місць на сторінці. Наприклад, потрібно виділити на сторінці ключову думку, важливі моменти, щоб потім було легко згадати суть статті.
- Зображення (Images) – можна зберігати окремі картинки.
- Списки (My Lists) – можливість сортувати дані в певні папки. Наприклад, «Соціальні мережі», «Веб-розробка» та ін. При цьому, у папці можуть бути різні ключові слова.
- Відмінна інтеграція з браузерами: плагіни для Firefox, IE, Chrome, Opera, Safari.
- Можливість доступу з Android, iPad, iPhone.
- Сумісність як з PC, так і з Mac.
- Можливість одним кліком відобразити потрібну інформацію у блозі користувача. Для цього потрібно зареєструвати в системі свої блоги й потім лише клікнувши «Send to Blog» легко поділитися посиланням. Підтримувані платформи: WordPress, Blogger, LiveJournal, Турерад, Movable Type, Windows Live Spaces, Drupal.
- Можливість налаштувати автоматичне оновлення (щодня або один раз на тиждень) блогу (або блогів) певною групою лінків.
- Легка інтеграція з Twitter. Лише клікнувши «Save Favorite Tweets» оновлюєте твіттер-стрічку.
- Швидкий і коректний імпорт/експорт закладок користувача.
- Створення кола друзів (My Network) і доступ до їх публічних закладок, записів, фотографій.
- Підтримка Diigo API.

5.6.8 Evernote

Сервіс **Evernote** (<http://www.evernote.com>) відмінно підходить для створення заміток, збереження цікавих веб-сторінок, голосових повідомлень, фотографій візитних карток, для порядку в нотатках, пошуку по замітках, ведення списків справ і ще для багатьох інших завдань.

Усе, що зберігається в Evernote автоматично обробляється, індексується і стає доступним для пошуку. При бажанні можна забезпечити замітки мітками або розкласти їх по різних блокнотах.

Можна встановити Evernote на всі комп'ютери й телефони користувача і знаходити замітки за ключовими словами, заголовками й навіть за географічним розташуванням. Evernote дозволить навіть знаходити друкований і рукописний текст у зображеннях.

Для більш зручної роботи із сервісом Evernote можна встановити плагін Evernote в браузер. При цьому в правому верхньому куті браузера з'явиться кнопка Evernote. Тепер можна швидко і зручно зберігати в нотатках знайдену в Інтернеті інформацію. Для цього просто виділити інформацію, яку потрібно перенести в замітки, та натиснути кнопку Evernote у браузері. У вікні можна

описати знайдену інформацію, створити для неї мітки й вибрати папку, в якій буде зберігатися замітка.

Ще одна корисна функція Evernote – можливість роботи без підключення до Інтернет. Для цього потрібно завантажити програму Evernote і встановити на комп'ютері. Після цього можна користуватися всіма функціями Evernote, який буде автоматично синхронізувати нотатки на комп'ютері і в Інтернет акаунті при підключенні до Інтернет.

5.6.9 Netvibes

Netvibes – це персональна стартова сторінка в мережі, яку можна налаштувати під свої потреби, розмістивши на ній багато «модулів» – від новин улюблених сайтів до віджетів з іграми, а також отримати швидкий доступ до багатьох інших веб-сервісів, на які у є акаунт.

На головній сторінці сервісу розташовані додані користувачем «віджети». Кожен розміщений на сторінці користувача віджет піддається тонкій настройці. Призначених для користувача сторінок можна створити стільки, скільки потрібно. Оскільки віджетів величезна кількість, то розміщення їх усіх на одній сторінці ускладнює сприйняття інформації. Тому варто відразу створити кілька сторінок. Наприклад, RSS-новини, Інтернет.

Для полегшення доступу користувачів до інформації куратор змісту повинен постійно розміщувати свої блоги та інші матеріали в соціальних мережах Facebook, LinkedIn й інших.

Усі ці сервіси є базовими в куратора змісту й входять до його персонального навчального середовища. Чим багатше це середовище, тим простіше працювати куратору й тим більше користі він принесе своїм споживачам.

У звичайного користувача завдання трохи інше – знайти свого куратора змісту і стежити за його матеріалами. Починати краще всього із соціальних мереж, де можна знайти професіоналів у конкретній галузі та познайомитися з їх блогами. Після вибору професіонала можна познайомитися з його матеріалами в Twitter, Rebelmouse, Scoop.it. Якщо професіонал проявляє активність у цих сервісах, то він може стати Вашим куратором змісту.

5.7 Інструменти куратора змісту



Крім базових інструментів у мережі можна знайти багато спеціалізованих інструментів куратора змісту, що дозволяють курирувати існуючий контент з різних джерел і створювати новий релевантний контент на веб-сторінці.

Інструмент куратора

CurationSoft (<http://curationsoft.com/>) – огляд з Google Blog Search, YouTube, Twitter, Google News, Flickr і будь-який RSS-канал за бажанням.

LiveBinders (<http://www.livebinders.com/>) - об'єднує всі ваші хмарні документи, веб-сайт посилання і завантажує на робочий стіл документи – легкий доступ, обмін і поновлення з будь-якої точки світу.

Darwin Awareness engine (<http://darwineco.com/>) – у режимі реального часу відкриває інструмент, який дозволяє виявити закономірності подій, що відбуваються в Інтернет. Розроблений для фахівців, яким потрібно знати, «що відбувається зараз» по заданій темі.

Цільова інформація про MyCurator (<http://www.target-info.com/>) – плагін WordPress, який використовує хмарний сервіс для розміщення всіх ваших статей на ваш сайт WordPress автоматично.

Kweeper (<http://www.kweeper.com/>) – «Найпростіший спосіб збирати, систематизувати й ділитися».

The tweeted times (<http://tweetedtimes.com/>) – у режимі реального часу персоналізує повідомлення, що отримані від вашого Twitter акаунту.

Pearltrees (<http://www.pearltrees.com>) є платформою, на якій користувач може збирати, організовувати, знаходити і спільно використовувати все, що завгодно в Інтернет. Він має унікальний візуальний інтерфейс, де користувач може організувати все у відповідності зі своїми інтересами.

Storify (<https://storify.com/>) призначений для курування контенту з соціальних мереж: Facebook, Twitter і YouTube

Percolate (<https://percolate.com/>) і MindIT (<http://www.mindit-bookmarking.com/>) дозволяють кураторам для візуального представлення змісту відносин через структуру графа, які спрямовані на сприяння відкриттю пов'язаних змістів.

List.ly (<http://list.ly/>) – створення соціального візуального списку з легким налагодженням.

Intigi (<https://contentgems.com/>) є інструментом курирування змісту, який фіксує думки і трафік веб-сайту.

Вторинні платформи куратора змісту

Surfmark (<http://www.surfmark.com/>) – анотації, збір, організація й обмін результатами пошуку в Інтернеті.

FlashIssue (<http://www.flashissue.com/>) – якщо не подобається створення поштових розсилок, цей інструмент підходить. Працює з додатком курирування FlashClipper.

mySyndicaat (<http://mysyndicaat.com/>) – дозволяє витягувати, фільтрувати й моніторити контент з віддалених джерел, доступних в Інтернет.

Utopic (<http://utopic.me/>) – «Ніколи не втрачайте закладки!». Ваші посилання автоматично позначаються за ключовими словами для швидкого пошуку.

Keemix (<http://keemix.com/>) – дозволяє збирати контент з Мережі, змішувати його зі спеціально розробленими сторінками й ділитися ними.

Платформи кураторів змісту для читання

Feedly (<http://feedly.com/>) – дозволяє легко переглядати, читати й ділитися улюбленими сайтами.

Faveous – збирає обрані посилання з Twitter, Google Reader Youtube і Facebook в одному місці. Легко курирувати, легко управляти.

Google Alerts (<https://www.google.com/alerts#>) – в основному використовується в якості «страхувальної сітки», щоб зловити що-небудь, що, можливо, пропущено. Використання Google Alerts дозволяє підібрати контент за допомогою ключових слів для конкретних сигналів.

Themefy (<http://themefy.com/blog/>) – інструмент куратора контенту, який дозволяє створити й опублікувати свій електронний журнал свого тематичного контенту з Інтернету або будь-якої із соціальних мереж з ліцензією Creative Commons.

Контрольні питання

1. Як Ви розімієте термін «персональне навчальне середовище» і яке воно у Вас?
2. Яку діяльність Ви виконуєте для створення персональної навчальної мережі?
3. Що таке відкриті освітні ресурси, які відкриті освітні ресурси Ви використовуєте?
4. Що таке ліцензія Creative Commons, як її використовувати?
5. Якими базовими сервісами куратора змісту Ви володієте? Які в першу чергу Ви опануєте?

6. МЕТОДИ РОБОТИ КУРАТОРА ЗМІСТУ

6.1 Цикл роботи куратора змісту

Цикл роботи куратора змісту [60] складається з визначення мети курирування з певної тематики, пошуку й обробки інформації, визначення сенсу (аналіз) інформації й поширення (рис. 6.1).

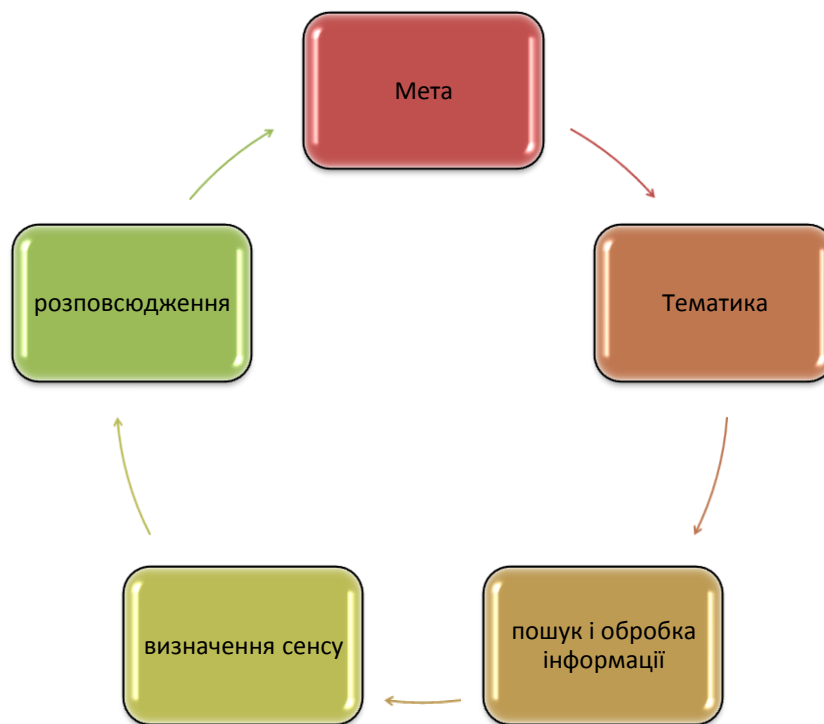


Рис. 6.1. Цикл роботи куратора змісту

До цього циклу можна додати спіраль Нонака й Такеука створення знань при переході між явними й неявними (Tacit) знаннями (Explicit) [61].

Нонака і Такеук припустили, що створення знань є результатом безперервного циклу чотирьох інтегрованих процесів: екстерналізації, інтерналізації, комбінації і соціалізації. Ці механізми перетворення знань взаємно доповнюють один одного і взаємозалежні відповідно до вимог контексту та послідовності:

- Екстерналізація – від неявних до явних: трансформувати «концептуальне» неявне знання в явне шляхом використання таких способів, як метафори й моделі.
- Комбінація – від явних до явних: Маніпуляції явними «системними» знаннями за допомогою таких методів, як сортування й об'єднання. Для того щоб це відбулося, елементи знання повинні поєднуватися.
- Інтернаціоналізація – від явних до неявних: Це «навчання дією» (операційні знання) й обмін ментальними моделями і технічним ноу-хау.
- Соціалізація – від неявних до неявних: Обмін досвідом з іншими користувачами.

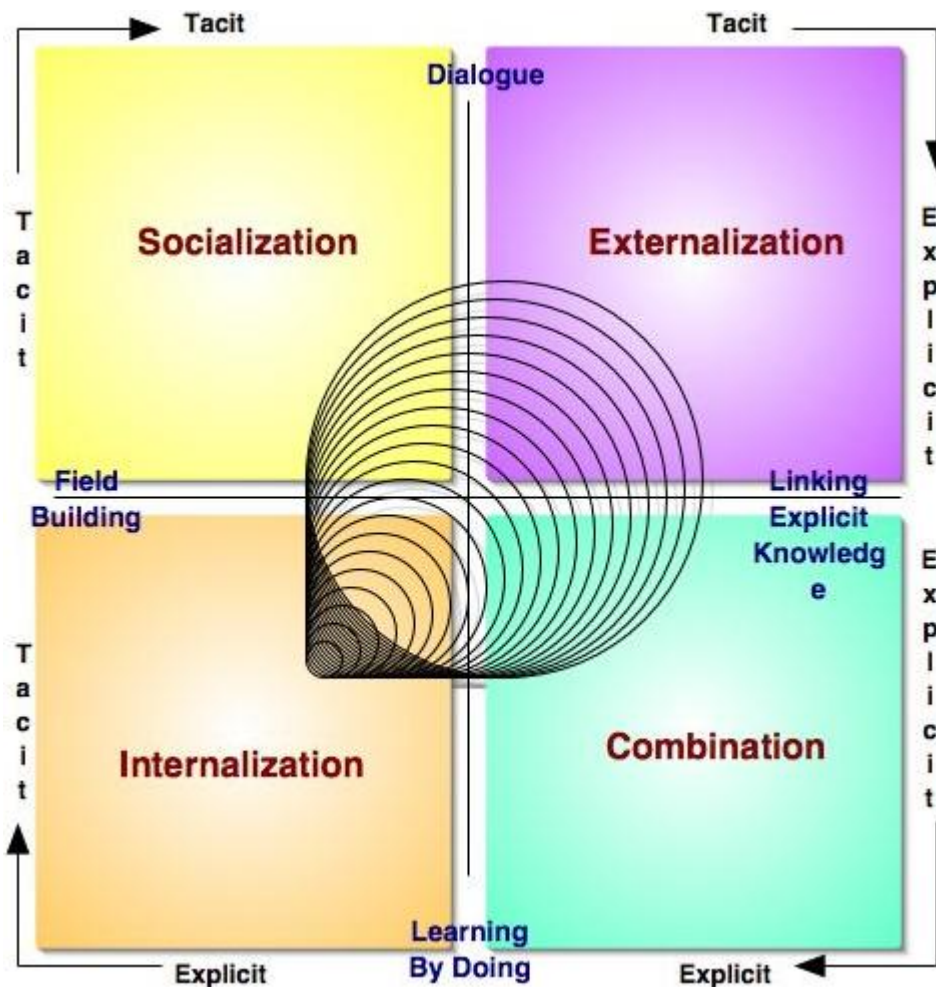


Рис. 6.2 Спіраль Нонака і Такеука створення знань [61]

Залежно від положення точки початку спіралі на перших етапах кількість процесів буде поступово зростати до чотирьох, тобто ми будемо спостерігати динаміку зростання куратора змісту й бачити його рівень.

Як результат, у силу різнопланової діяльності куратора змісту в залежності від підготовки можна виділити такі рівні роботи куратора, які відповідають таксономії Блума:

1. запам'ятовування – колекціонування посилань, обмін посиланнями;
2. розуміння – класифікація посилань;
3. застосування – використання матеріалу;
4. аналіз – реферати;
5. синтез – реферати, аналітичні записки;
6. оцінка – аналітичні записки.

6.2 Визначення мети при курируванні змісту

Заняття, як і будь-яка інша діяльність, повинні мати мету. Важливість мети обумовлена тим, що вона виступає орієнтиром для організації ключових активностей курирування. Можна виділити два типи мети, з якими доводиться працювати куратору змісту.

1. **Персональна мета куратора** – спільна мета, що виступає основою діяльності курирування й пов'язана з особистими або професійними

завданнями куратора. Ця мета повинна постійно уточнюватися й доповнюватися куратором у процесі розвитку та вдосконалення практики, тобто в міру того, як буде розвиватися його персональна мережа експертизи. На різних етапах це уточнення виступатиме основою формування розуміння того, з якими цілями і завданнями люди повинні будуть потрапляти у Вашу персональну мережу.

2. Робоча мета курирування – мета повсякденної роботи, орієнтує на отримання продуктивних результатів через реалізацію певних стратегій збору і фільтрації інформації, роботи з вмістом і контентного наповнення «мережових ресурсів».

Для того, щоб здійснення курирування було ефективним і результативним воно має співвідноситися з цілями куратора, які можуть бути:

1. **Особистісними цілями** (для організації персонального навчання та саморозвитку).
2. **Соціальними цілями** (для спілкування з людьми зі спільними інтересами або завоювання авторитету в певному соціальному колі).
3. **Професійними цілями** (просування ідей і продуктів, привернення уваги до будь-якої проблеми, проведення досліджень).

6.3 Побудова гіпотези

У процесі роботи куратору необхідно використовувати ще одне поняття – гіпотеза [62]. Гіпотеза являє собою обґрунтоване припущення, що висувається з метою з'ясування властивостей і причин досліджуваних явищ. Саме побудова гіпотези і є одним з основних завдань аналітика. Є кілька видів гіпотез.

Описова гіпотеза – припущення про наявні в досліджуваному об'єкті властивості. Це відповідь на питання, що являє собою об'єкт або які властивості він має.

Пояснювальна гіпотеза – припущення про причини виникнення об'єкта досліджень. Чому відбулася подія, які причини появи даного предмету.

Прогнозна гіпотеза – припущення про майбутнє об'єкта досліджень. Яким він буде через якийсь час, які властивості йому будуть притаманні, як він поведе себе.

Процес побудови гіпотези передбачає кілька етапів:

- вивчення наявних фактів;
- синтез фактів;
- висування гіпотези;
- перевірка гіпотези.

Вивчення наявних фактів – перший етап побудови гіпотези. Необхідно подумки розчленувати наявні дані про об'єкт на складові й послідовно їх вивчити. Але спочатку необхідно чітко визначити, які з отриманих даних мають відношення до об'єкта дослідження. Фактично потрібно виявити наявність зв'язку з об'єктом. Це може бути що завгодно:

час, місце, ділові відносини, родинні стосунки, прояв інтересу до одного предмету.

Синтез фактів – осмислене об'єднання виділених ознак в єдність і відділення ознак випадкових. На даному етапі потрібно, ґрунтуючись на власному досвіді та наявних фактах, використовуючи закони логіки, вивести відсутні знання про об'єкт вивчення.

Висування гіпотези – на основі відібраних і синтезованих даних висувається гіпотеза, що пояснює властивості і причини досліджуваних явищ.

Перевірка гіпотези – використовуючи гіпотезу, теоретично передбачається наявність додаткових фактів, а потім перевіряється їх наявність. Якщо такі виявлені – гіпотеза обґрунтована, якщо ні – необхідна додаткова перевірка.

6.4 Стратегія й тактика курирування

У роботі пропонується стратегія й тактика курирування [63].

1. Не чекайте фантастичних інструментів.

У мережі з'являється все більше й більше послуг, орієнтованих на курирування змісту (XYDO, Curata і Intigi), але ніколи вони не зможуть повністю автоматизувати цей процес. Ефективна стратегія курирування вимагає застосування різних інструментів. Одні можуть частково автоматизувати процес збору інформації, інші можна використовувати як фільтри.

Для енергійного пошуку в Інтернет можна скористатися такими тактиками:

- Створіть у Twitter списки експертів і лідерів у конкретній ніші.
- Збережіть у Twitter пошук за релевантними ключовими словами.
- Створіть та налаштуйте сторінки MyAlltop (<http://alltop.com/myalltop-tutorial/>). Ця система відповідає на питання «що відбувається», а не «де розміщується інформація». Alltop є інформаційним фільтром.
- Установіть Google Alerts для цільових ключових слів.
- Підпишіться на блоги, RSS і переглядайте їх.
- Створіть тему на Facebook.
- Виконайте пошук за ключовими словами в Trackur (<http://www.trackur.com/>). Trackur надає інструменти соціального медіа-моніторингу.
- Познайомтесь з Regator (<http://regator.com/>) для курирування каталогу блогів. Regator – це сімейство продуктів з понад 500 тем, орієнтованих на якісний, актуальний он-лайн-контент. Фірма почала працювати в серпні 2008 року.
- Відстежуйте зміст за категоріями на StumbleUpon (<http://www.stumbleupon.com/>).
- Знайдіть статті і фахівців на Topsy. (Пошукова система)

- Увійдіть у відповідні групи в LinkedIn.
- Створіть закладки в Delicious.
- Стежте за Inbound.org – дозволяє користувачеві Твіттера зареєструватися на сайті, розміщувати інформацію і брати участь в обговоренні.
- Переглядайте Scoop.it.
- Введіть ключові слова в Bottlenose (<https://bottlenose.com/>) для пошуку, моніторингу, аналізу в режимі реального часу.
- Скануйте списки куратора на List.ly.
- Підпишіться на дайджест від YourVersion. Це останні новини, блоги, твіти та відео по темам, які важливі для вас, усе в одному місці.
- Використовуйте пошук Social Buzz на Фейсбуці.
- Для пошуку по соцмережах використовуйте IceRocket (<http://www.icerocket.com/>)
- Ігноруйте Google+ на свій страх і ризик.

2. Використовуйте всі види контенту

Робін Гуд пропонує наступний набір варіантів форматів представлення [64]:

- Свої підшефні новинні портали. (Curated News Portal). Агрегація інформації, збір новин, курирування історій з безлічі різних сайтів.
- Потік новин. (Newsradar - River of News). Дайджест новин на конкретну тему, представлених в лінійному, хронологічному порядку.
- Супергід. (Superguide). Підбірка/колекція кращого контенту на задану тему від різних авторів/джерел.
- Добірка інструментів/сервісів. (Directory of Tools / Services). Списки інструментів і сервісів з основною інформацією про кожного з них.
- Змішані стрічки. (Mixtapes). Тематичні добірки аудіо-підкастів.
- Списки людей. (Twitter Lists of People). Списки людей мають акаунт у Твіттер з коротким описом інтересів й основних навичок.
- Відео-канал. (Curated Video Channels). Зроблені вручну добірки відеокліпів.
- Вітрина веб-сторінок. (Web Pages Showcase). Тематична добірка сайтів.
- Інтелект-карти галузевих інструментів. (Visual Maps of Industry Tools). Огляди інструментів, згрупованих за завданнями.
- Оглядові таблиці порівняння. (Comparison Review Tables).
- Цифрові мультимедіа-журнали. (Multimedia Digital Magazines). Огляди, виконані у вигляді посилань, зміст яких презентується через заголовки і зображення.
- Сторінки звітів. (Curated Report Pages). Збірки аналітичних статей, звітів, відео та інших видів інформації по конкретній темі.

- Презентації. (Curated Slideshows). Огляди інформації та ресурсів, представлені через слайди.
- Анімовані діаграми. ((Animated) Data Maps). Різні динамічні візуалізації даних, що дають уявлення про їх зміну в часі. (Див.: Google Data Public Data Visualization Tools, Public Data Explorer, Google Chart Tools).
- Візуалізація ліній часу. (Visual Timelines). Ресурси й контент розташовані в хронологічному порядку на спеціальних лініях часу.
- Підсумовування відкритих опитувань. (Summarized Open Questions). Огляди відповідей на конкретні запитання, зібраних на різних форумах і сайтах питань-відповідей.
- Соціальні книги. (Curated Social Books). Книги, створені шляхом об'єднання особистого соціального контенту, розміщеного в Інтернеті.
- Інфографіка. (Curated Infographics). Створення колекцій інфографіки по конкретній темі.
- Композиції та галереї. (Curated Visual Compositions and Galleries). Колекції фото та інших видів зображення по заданій темі.
- Календарі. (Curated Calendars). Анонси подій і заходів, а також добірки звітів про їх проведення.

3. Постійно вдосконалюйте й переорієнтуйте стратегії курирування

- «Якщо ви хочете мати більше послідовників, ви повинні слідувати за кращими людьми» (Роберт Скобл).
- Якщо Ви дивитесь занадто вузько, ви ризикуєте прогледіти деякі дивовижні можливості.
- Ви можете відвідати Twitter-профілі авторитетних для Вас користувачів і прочитати їх улюблені твіти. Ви обов'язково знайдете цінний контент і нові авторитетні джерела.

4. Будьте прискіпливим куратором

5. Встановіть високі стандарти і прагніть перевершити їх

Ось прості питання, які необхідно поставити собі:

- Чи буде моїй аудиторії це корисно або цікаво?
- Чи є джерело надійним і заслуговує на довіру?
- Яка ймовірність, що моя аудиторія вже бачила це?
- Чи можу я знайти щось краще на ту ж тему?

6.5 Методики згортання інформації

6.5.1 Тези

Тези – коротко сформульовані основні положення, головні думки наукової праці, статті, доповіді. Теза – це доведене або спростоване положення. На відміну від виписок, що можуть містити тільки ілюстративний або фактичний матеріал, тези повинні завжди мати докази міркуванням; іншими словами, ідеї тез можуть бути захищені.

1. Тези дозволяють узагальнити матеріал, дати його суть в коротких формулюваннях, які розкривають увесь твір.

2. Процес тематичного тезування дозволяє глибоко розібратися в питанні, всебічно продумати його, охопити за допомогою тез зміст декількох книг і статей.

3. Тези цінні, а часто вкрай необхідні для критичного аналізу книги, статті або доповіді. Суть питання ними особливо акцентується, загострюється.

Види тез

1. Основні тези – це принципово важливі, головні положення, що узагальнюють зміст джерела, іноді у своїй сукупності носять характер головних висновків.

2. Прості тези – це головні думки, що іноді є складовою частиною конспекту, реферату й не мають багатьох специфічних особливостей основних тез.

До кожної основної тези може бути складено кілька простих, що роз'яснюють і розкривають головну тезу.

3 Складні тези. Як в складному плані за основними пунктами йдуть підпункти, так і в складних тезах за основними тезами будуть слідувати прості.

Формулювання тез повинно бути чітким і коротким. У самих тезах не наводять обґрунтування фактів, прикладів.

4 Тези-цитати. Частина тез може бути записана у вигляді цитат. Цей метод застосовують при написанні рецензій і анотацій для порівняння різних точок зору, а також в тих випадках, коли необхідна особлива обережність у висновках.

На противагу простим тезам, які в більшості випадків можуть бути складені з цитат, основні тези найчастіше формулюють самостійно.

Принципи складання тез. Після попереднього ознайомлення з текстом, його читають вдруге. При цьому розбивають текст за допомогою плану або без нього на ряд уривків.

Далі знаходять в кожній частині виділеного тексту те, що визначило початкове його членування; виписують або тимчасово просто відзначають це головне в самому тексті. Потім після усвідомлення його суті, формулюють окремі положення. Це й будуть тези.

Уміло складені тези впливають одна з одної. Одна з тез (перша, що відкриває запис, або завершальна, тобто остання) – найбільш загальна й тією чи іншою мірою визначає зміст інших або підсумовує всі попередні.

Не виключено, що ряд положень потрібно об'єднати не в порядку їх слідування в книзі, а в їх логічного зв'язку, важливого для записуючого.

Попередньо складений план надає істотну допомогу в написанні тез, зокрема, в удосконаленні формулювань. Він виступає в ролі чернетки при написанні тез. Його роблять не дуже докладним. Якщо детальний план вже є, його скорочують, об'єднуючи дрібні, але важливі пункти й викидаючи

другорядні. Легко здогадатися, що при роботі над тезами такими другорядними пунктами докладного плану будуть пункти, що відображають окремі факти, приклади і т. д.

Для написання тез доцільно використовувати складний план. При цьому головну увагу звертають, звичайно, на основні його пункти. Підпункти складного плану допоможуть, якщо знадобиться, розшифрувати головні пункти плану й таким чином уникнути пропуску цінних думок.

Звіряти тези з джерелом допомагає детальний план. При цьому важливо, щоб план був пов'язаний з текстом джерела посилальними сторінками, вкладними листками.

В остаточному, чистовому вигляді тези нумерують по порядку; він задалегідь ретельно розробляється. Раціональна послідовність дозволяє зробити тези короткими, уникнути повторень. Усе це, як правило, призводить до докорінної переробки всього запису, до його вдосконалення, іншими словами, до поліпшення сприйняття матеріалу, до його глибокого пізнання й аналізу.

При складанні тез документу рекомендується використовувати карти пам'яті (інтелект-карти) – представлення матеріалу у графічному форматі.

6.5.2 Конспекти

Конспект – систематичний, логічний зв'язковий запис, що поєднує план, тези, виписки або, принаймні, два з цих типів запису.

Сполучною ланкою при складанні конспекту повинна бути внутрішня логіка викладу. Складаючи конспект, не можна плутати зв'язність логічну і зв'язність мовну. Прагнути форми зв'язкового переказу можна, але не на шкоду іншим, більш важливим якостям конспекту – ясності і стислості.

На відміну від тез, що містять тільки основні положення, конспекти при обов'язковій стислості містять не тільки основні положення й висновки, а й факти та докази, приклади й ілюстрації.

Дійсно, те, що спочатку здається другорядним, може згодом виявитися цінним і потрібним. З іншого боку, твердження, не підкріплене фактом або прикладом, не буде переконливим і важко запам'ятовується.

Тому при складанні конспекту записують не лише основні положення. На сторінках конспекту може бути відображене ставлення самого куратора до того матеріалу, над яким він працює. Але треба так організувати текст, щоб легко можна було розібратися, де авторське, а де приватне, читацьке розуміння питання.

6.5.3 Реферати

Реферат, при індивідуальній роботі з літературою, – це короткий запис ідей, що містяться в одному або декількох джерелах [65]. Реферування є максимально поширеною методикою згортання інформації, яка ґрунтується на аналітико-синтетичних методах обробки інформації й дозволяє надавати споживачам змістову інформацію у стислій формі.

Реферат – це короткий і точний виклад змісту документа, що включає основні фактичні відомості та висновки, без додаткової інтерпретації або критичних зауважень автора реферату.

Метою реферування є включення найбільшої кількості інформації в обмежений обсяг.

Методи реферування

Способи викладу інформації в рефераті: екстрагування, перефразування, інтерпретація.

Екстрагування – побудова реферату на основі виписки з початкового тексту пропозицій, що містять смислові аспекти. Тобто текст реферату складається з речень тексту первинного документа. Ці пропозиції визначаються за зовнішніми ознаками. Найчастіше цей спосіб викладу інформації застосовується при автоматизації реферування.

Перефразування – побудова реферату на основі передачі змісту вихідного документа в перефразованому вигляді. При такому методі допускається заміщення, узагальнення й поєднання текстових пропозицій. Текст реферату частково збігається з вихідним документом.

Інтерпретація – побудова реферату на основі узагальненого уявлення про зміст вихідного документа. При такому методі референт оперує не самим текстом, а його змістом.

Зведений реферат – це реферат, складений на основі двох і більше вихідних документів. При цьому результати пошуку в окремих документах групуються, як правило, за категоріями.

Реферування ділиться на два типи – вторинне (стисле) документування й оглядова діяльність в рамках заданої тематики.

Прикладом вторинного (стислового) документування може бути складання автореферату дисертації, а оглядового – вступної частини дисертації, що призначена для ознайомлення з безліччю робіт з розроблюваної теми. При цьому оглядове реферування часто зводиться до процесу реферування кожного з джерел, що представляють інтерес для дослідження.

Вторинне документування певного тексту дозволяє виявляти ключові його фрагменти і встановлювати між ними структурні зв'язки. Результат такої роботи становить інтерес з точки зору можливості оперативного ознайомлення зі змістом об'ємних текстів по документу (реферату), отриманого в процесі вторинного кодування (інформаційного стиснення).

Три основні частини структури реферату:

- заголовна;
- реферативна;
- довідковий апарат.

Заголовна частина включає назву реферату та бібліографічний опис первинного документа.

Реферативна частина – основа реферату. Включає інформацію, що отримується шляхом аналітико-синтетичної переробки змісту первинного

документа. У цій частині поряд із словесним текстом можуть бути формули, таблиці, ілюстрації, що обумовлюється правилами, які встановлюють редакції реферативних видань, виходячи в більшості випадків з технологічних особливостей їх підготовки і випуску.

До довідкового апарату реферату відносяться відомості, що додатково характеризують реферований документ і реферат: індекс УДК; шифр (номер) реферату; довідки про кількість ілюстрацій і таблиць у тексті реферованого документа, про наявність у ньому бібліографії; посилань, приміток референта або редактора; прізвища референта (назви організації, що склала реферат).

6.6 Порядок роботи куратора

*Порядок - всього лише одна з комбінацій безладу.
Бернар Вербер.*

Порядок роботи куратора запропонований у роботі [66]:

1. Визначити нішу, конкретну тему, бажано не дуже широку.
2. Вибрати джерела. Пошук, вивчення й визначення початкових основних джерел інформації для поточного процесу. Вони можуть включати конкретні новинні сайти, блоги, RSS-канали, Twitter канали, Facebook сторінки та багато іншого.
3. Налаштувати інструменти пошуку та стеження. Установка й налаштування запитів в основних пошукових системах, моніторинг Twitter і соціальних медіа сайтів, збір нового матеріалу за темою. Ці пошуки охоплюють ключові підтеми, питання та людей в обраній ніші.
4. Створити персональну мережу. Рекомендується знайти експертів з теми курирування й, за можливістю, встановити з ними контакт. Запропонуйте їм внести свій вклад у курирування.
5. Агрегація всіх каналів в один потік.
6. Створити фільтри для вхідних каналів і зберегти максимальний контроль, щоб виключити спам, підроблені статті та матеріали низької якості змісту.
7. Вибрати матеріали для публікації.
8. Перевірити джерело кожної статті й автора.
9. Редагувати матеріали, додати вступ, якщо це потрібно, короткий виклад змісту, огляд на наявність помилок, коментарі.
10. Надавати більше контексту. Для забезпечення контексту в назві додати набір ключових слів, які прямо вказують на тему контексту.
11. Додати власний погляд, думку. Здатність додати свою «точку зору» до будь-якої інформації має високу цінність.
12. Використовувати назву, яка забезпечує безпосередній контекст.
13. Забезпечити посилання на джерела, авторів у міру можливості. Це дасть змогу покращити матеріал і забезпечить повагу з боку читачів.

14. Встановити послідовність обраних новин, щоб забезпечити зручну подачу інформації для ваших читачів.

15. Організувати класифікацію та архівування новинної стрічки шляхом присвоєння конкретних категорій або тегів.

16. Періодично оновлювати контент.

17. Розповідати про вашу місію, партнерів, спонсорів і надавати особисту анкету користувачам.

18. Поширення і синдикація по відповідних каналах, у тому числі соціальній мережі, вашому блогу.

19. Зворотній зв'язок. Звернути увагу на відгуки та пропозиції, що надходять від ваших читачів і послідовників.

20. Контролювати й відслідковувати відвідувачів, переваги, час відвідування, посилання ваших читачів. Аналізувати дані й виявляти тенденції. Покращувати курирування.

21. Удосконалювати й покращувати.

Контрольні питання

1. Опишіть основні етапи циклу роботи куратора змісту.
2. Поясніть принцип роботи спіралі Нонака і Такеука.
3. Опишіть мету курирування змісту.
4. Що таке стратегія та тактика курирування змісту?
5. Які методи згортання інформації використовуються кураторами змісту?

7. ОЦІНКА ДОСТОВІРНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ

7.1 Якісні закони інформації

Закони існування інформації.

1. **Загальний закон збереження інформації.** Інформація у загальному вигляді, як властивість усіх матеріальних об'єктів, існує вічно, ніколи не виникає й нікуди не зникає.

2. **Загальний закон переходу інформації.** Усе інформаційне поле обумовлено взаємодіями структурної та оперативної інформації та їх взаємними переходами (перетвореннями) одне в одне.

Усі інші закони є приватними стосовно двох вищеназваних і відносяться до функціонування оперативної інформації.

3. **Закон виникнення інформації.** Інформація виникає як зміст (повідомлення) відомостей про якийсь об'єкт, явище чи подію при їх отриманні суб'єктом.

4. **Закон незбереження інформації.** При будь-яких змінах системи-носія інформації, що призводять до порушення структури повідомлення (або відображення), інформація зникає в ній частково або повністю відповідно до розмірів порушень.

5. **Закон узгоджених каналів інформаційної взаємодії.** Дві системи (об'єкта) можуть здійснювати інформаційну взаємодію тільки через узгоджені канали зв'язку.

6. **Закон подвоєння інформації.** У процесі одиничного акту передачі інформації від одного об'єкта до іншого за погодженим каналом зв'язку, інформація подвоюється – другий об'єкт у цьому випадку інформацію отримує, а перший її не втрачає.

7. **Закон перекодування інформації.** Передача інформації від одного об'єкта до іншого за будь-яким погодженим каналом зв'язку здійснюється тільки шляхом перекодування; пряма передача інформації в цьому випадку неможлива.

8. **Закон тезауруса.** Для адекватного сприйняття отриманого об'єктом повідомлення, останній повинен мати в наявності апріорну інформацію (тезаурус), достатню для дешифрування та засвоєння отриманого повідомлення.

9. **Закон фасцинації.** Для адекватного сприйняття отриманого об'єктом повідомлення, останнє повинно мати привабливу форму.

10. **Закон маєвтики.** Інформація, що поступила об'єкту, може бути розглянута не тільки як корисне повідомлення, але й як стимул для породження нової інформації на основі минулого досвіду та моделювання ситуації.

11. **Закон опосередкованого управління.** Інформація може бути опосередковано використана як «агент» управління якимось об'єктом.

7.2 Методи вивчення інформації

1. Класичні методи (Якісний аналіз).

Якість інформації – це ступінь розвиненості властивостей інформації, що визначає її практичну придатність для дослідження.

Аналіз інформації – сукупність методів формування фактичних даних, що забезпечують їх порівнянність (співставлення), об'єктивну оцінку й вироблення нової дослідженої інформації.

Спрощений алгоритм аналізу інформації [62]:

- оцінка інформації;
- каталогізація отриманої інформації та її архівування;
- аналіз інформації або формулювання висновків, побудова гіпотез і розробка рекомендацій.

Аналіз документів – це метод збору первинних даних, при якому документи використовуються в якості головного джерела інформації. Це також сукупність методичних прийомів і процедур, застосовуваних для добування інформації з документальних джерел при вивченні процесів і явищ з метою вирішення певних завдань.

Аналіз тексту – це процес отримання природною мовою високоякісної інформації з цього тексту.

Вироблення нової інформації (ущільнення) – це витяг змісту з усієї маси вихідних даних, знаходження причинно-наслідкових і просторово-часових зв'язків і взаємозв'язків між відомостями, що порівнюються.

Документування результатів дослідження – фіксація в установленому порядку результатів дослідження за допомогою системи позначень, що надають опису форму, наочність, логічність, стислість, ясність і відповідає цілям та завданням дослідження (реферати, тези, конспекти і т.д.).

2. Історичний метод

Ставить проблему валідності (достовірності) у трьох аспектах:

1. Справжність тексту і встановлення його автора. Дослідник повинен бути впевнений, що документ є саме тим, яким він його приймає і дійсно належить даному автору. Така справжність встановлюється за характеристиками документа: матеріальними ознаками (папір, почерк і т. ін.) або ознаками форми (тон, стиль, словник).
2. Валідність інтерпретації тексту, його значення по відношенню до автора тексту, характеру й цілей, які він переслідує.
3. Правдивість фактів, викладених у документі.

Перший і третій аспекти, тобто справжність і правдивість, особливо важливі для історичного методу. Але застосовуватися вони можуть і при вивченні літературного чи юридичного тексту.

3. Літературний метод

Виявляє справжність тексту й автора, вивчаючи тон, стиль і словник. Встановлюється, наприклад, що автором такої-то п'єси не міг бути Шекспір.

4. Психологічний метод

Більш індивідуальний, дозволяє досліджувати характери як самих авторів, так і зображуваного ними, співвідносить героїв із соціальним контекстом, який їх породив. Пояснення може бути психоаналітичним, екзистенціалістським тощо, залежно від школи, до якої належить дослідник.

5. Юридичний метод

Застосовується при вивченні текстів чи судової практики, він дозволяє порівнювати тексти, досліджувати мотиви рішення, цілі законодавця і т. ін.

6. Соціологічний метод

Пояснює документ у його соціальному контексті.

7. Лінгвістичний метод

Лінгвіста цікавить не значення тексту, а його структура, іншими словами, розподіл морфем і фонем. Нарешті, лінгвіст спостерігає наявність або відсутність певних лінгвістичних одиниць, а також частоту їх вживання. Таким чином, можна підійти до проблеми можливого значення розподілів і структур.

Усі методи, крім лінгвістичного аналізу документів, мають багато спільного, хоча вони можуть бути не тільки раціональними (юридичний аналіз), але й певною мірою інтуїтивними, особистими, суб'єктивними. Якісний елемент є тут основним, а те, що може обчислюватися кількісним шляхом, сприймається тільки інтуїтивно й нерозподільно.

Контентний аналіз

Прагнення максимально уникнути суб'єктивізму, потреба в соціологічному вивченні та узагальненні великого обсягу інформації, орієнтація на використання сучасної обчислювальної техніки при обробці змісту текстів, призвели до становлення методу контентного аналізу (формалізований метод), якісно-кількісного вивчення документів.

Вимоги до контентного аналізу.

- **Об'єктивність.** Аналіз повинен підкорятися досить ясним і точним правилами, щоб різні тлумачі, працюючи з одним і тим же текстом, отримували однакові результати. Це передбачає можливість домовитися з усіх аспектів аналізу, домогтися однакового розуміння всіх категорій і робочих визначень кожної з них.
- **Систематичність.** Зміст має бути впорядковано й інтегровано в категоріях, обраних залежно від переслідуваної мети. Жодні елементи інформації, що мають відношення до мети, не повинні залишитися поза увагою.
- **Вимірність.** Найчастіше йдеться про перерахування значущих елементів, про підрахунок їх частоти і т. ін. Але ці умови не завжди витримуються, іноді застосовуються і прийоми якісного аналізу до проблем, які не підлягають вимірюванню.

Контентний аналіз може охопити:

- Усі дані словесного повідомлення, яке має значення в суспільному житті, йдеться про письмові тексти (офіційні документи, книги, газети, особисті документи), про усні (радіо, телебачення) або про діяльність,

що піддається розчленуванню та класифікації (аналіз наради, розклад робочого часу майстра або префекта).

- Усі дані, спеціально отримані соціально-психологічним дослідженням (звіти про бесіди, дискусії у групах і т. ін.).

Типи контентного аналізу:

- Пошуковий і контрольний аналіз.
- Спрямований і ненаправлений аналіз.
- Кількісний аналіз і якісний аналіз.
- Безпосередній або непрямий аналіз.
- Репрезентативна та інструментальна комунікація.
- Структурний аналіз.

7.3 Специфіка роботи з інформацією

Інформація (від лат. Informatio – роз'яснення, виклад) – це відомості, подані одними особами іншим усним, письмовим або яким-небудь іншим способом [64].

В якості джерел інформації можуть виступати [68]:

- фізичні особи;
- реальне середовище (природне, урбаністичне і предметно-речове середовище, в якому живе людина);
- віртуальне інформаційне середовище;
- документи;
- друковані видання, що мають вихідні дані (книга, енциклопедія, підручник, статті в друкованому журналі і т.ін.);
- сайти в мережі Інтернет (Інтернет ЗМІ, Інтернет-портал, Інтернет-сторінка і т.ін.).

Розрізняють два види (або два класи) інформації:

- **Структурна** (або пов'язана), притаманна об'єктам живої й неживої природи, природного і штучного походження – це властивості даних об'єктів. Наприклад, стіл, ми отримуємо інформацію про матеріал, форму, колір і т.п. Ця інформація невід'ємна від об'єкта (стола), вона притаманна саме цьому столу.
- **Оперативна** (або робоча), що циркулює між об'єктами матеріального світу й використовується у процесах управління в живій природі, у людському суспільстві. Це, в першу чергу, команди (явні і приховані) й інші форми управління; або, інакше кажучи, уся неструктурована інформація.

Властивості інформації

1. Об'єктивність інформації. Інформація об'єктивна, якщо вона не залежить від чиеїсь думки, судження.

2. Достовірність інформації. Інформація достовірна, якщо вона відображає справжній стан справ. Достовірна інформація допомагає прийняти нам правильне рішення. Формальні ознаки достовірної інформації для традиційних та електронних документів:

- зазначення відомостей про приналежність;

- наявність зворотного зв'язку з користувачем, реєстрації;
- застосування знака копірайту;
- перерахування складу редакції;
- вивчення обставин виникнення документа, його історичного та соціального контексту.

Недостовірною інформація може бути з наступних причин:

- навмисне спотворення (дезінформація);
- спотворення в результаті дії перешкод («зіпсований телефон»);
- ненавмисне перекручення (чутки, рибальські історії).

Достовірність факту суворо встановлена, його неможливо вигадати, будь-які фактичні та статистичні дані мають джерело. Посилання на джерело дозволяє читачеві оцінити факти [67].

Як правило, інформації, представленій в Інтернеті, властиве вільне поводження з фактами. Наукова недостовірність повідомлення може бути результатом того, що автор не включає в повідомлення інформацію в повному обсязі. Тут можна виділити два випадки: автор сам не володіє всією інформацією – недостатні знання про предмет повідомлення, або автор навмисне приховує від споживача частину інформації – селекція інформації.

Таким чином, фактичні помилки можуть бути пов'язані з неправильним розумінням тексту, з його невірним прочитанням або тлумаченням.

Автори тексту найчастіше можуть домислити те, про що в тексті не згадується, цей недоречний прояв фантазії теж стає причиною появи фактичних помилок.

Фактичні помилки також можуть виникнути в результаті неточного цитування, смислової та термінологічної плутанини.

Ступінь довіри до інформації, представленій в мережі трохи вищий, ніж у ЗМІ, так як там можна знайти набагато більше інформації по одному й тому ж питанню.

3. Повнота інформації. Означає, що вона містить мінімальний, але достатній для прийняття правильного рішення набір показників. Як неповна, так і надлишкова інформація знижує ефективність прийнятих користувачем рішень.

4. Актуальність (своєчасність) інформації. Це важливість, істотність для теперішнього часу.

5. Корисність або марність інформації. Так як кордону між цими поняттями немає, то слід говорити про ступінь корисності стосовно потреб конкретних людей. Корисність інформації – оцінюється за тим завданням, яке ми можемо вирішити з її допомогою.

6. Зрозумілість інформації. Інформація зрозуміла, якщо вона виражена мовою, доступною для одержувача.

7. Адекватність, тобто ступінь відповідності створюваного за допомогою отриманої інформації образу реальному об'єкту.

8. Змістовність інформації відображає семантичну ємність, що дорівнює відношенню величини семантичної інформації в повідомленні до обсягу оброблюваних даних.

9. Репрезентативність інформації пов'язана з правильністю її відбору та формуванню з метою адекватного відображення властивостей об'єкта.

10. Точність – ступінь близькості інформації до реального стану джерела інформації.

Сприйняття інформації. Річард Петті і Джон Качіоппо [68] виділяють два шляхи сприйняття інформації. Один називається «Основний шлях» (central route), другий називається «Периферійний шлях» (peripheral route).

У першому випадку людина сприймає інформацію когнітивним шляхом, шляхом пізнання, збору та критичного аналізу інформації. У другому ж випадку інформація не аналізується, а прямо надходить в області нашої підсвідомості. Периферійний шлях набагато швидший і призначений для обробки інформації, яка не важлива для нас, несе в собі повсякденний і рутинний характер, тобто нічого екстраординарного не відбувається, і нам не потрібно витратити багато сил і часу для її обробки.

Зменшення когнітивних здібностей збільшує емпатію й можливість відчувати опонента, тобто здійснюється перехід з основного шляху сприйняття інформації на периферійний шлях.

Якщо при сприйнятті інформації не давати достатньо часу для аналізу, відволікати увагу на інші речі, то може сформуватися помилкова думка й будуть неправильно проаналізовані факти. При цьому вчені встановили, що як тільки думка сформована, то вона стає дуже стійкою до зміни. Таким чином, виходить, що дуже важливим стає фактор часу. Хто перший підніс нову інформацію – у того й максимальні шанси вплинути на те, яка думку складеться на даний рахунок у людини.

Потрібно вчитися ловити себе на думці, що зарано робити висновки. «Я ще не всі сторони заслухав, так що почекаю з формуванням своєї думки».

Можна виділити наступні особливості сприйняття інформації:

- Вибірковість – ми бачимо тільки те, що здатні зрозуміти, з чим стикалися раніше, що є нашим досвідом. Незрозуміле наш розум відторгає.
- Налаштованість на певну інформацію – людина бачить те, що хоче бачити. Іншими словами, люди більш відкриті до інформації, на яку налаштовані.
- Авторитетність – значимість для нас думки певних людей.
- Уявна скритність отримання – не секрет, що підслухана інформація здається більш достовірною.

7.4 Найпростіші прийоми оцінки достовірності інформації

Чотири простих кроки оцінки достовірності. Оцінка достовірності інформації – досить складний процес, якому треба вчитися. Це вміння відібрати безліч професійно значущих джерел інформації, необхідних для успішного розвитку певної сфери діяльності в кожний конкретний період часу. Можна виділити кілька простих кроків оцінки достовірності [69]:

- Прочитайте текст: чи немає там зайвих повторюваних слів?
- Чи немає в тексті зайвої емоційності і сенсаційності?

- Перевірте текст на унікальність.
- Правило трьох джерел: інформація повинна повторюватися як мінімум у трьох незалежних джерелах.

Поділяємо факти й думки. Для аналізу інформації важливо вміти розділяти факти й думки. Це можна зробити за наступним алгоритмом:

- роздрукувати текст;
- виділити інформаційні факти й коментарі до цих фактів;
- відшукати інформацію по темі та провести аналіз, звертаючи увагу на наступні моменти:
 - автор сам не володіє всією інформацією;
 - автор навмисне приховує від споживача частину інформації;
 - автор домислює інформацію;
 - неправильне цитування;
 - термінологічна плутанина.

«Довіряй але перевіряй». Для оцінки достовірності інформації можна скористатися рекомендаціями Центру безпечного Інтернету в Росії [69]:

1. Перевірка фактичного матеріалу:

- Встановлено автентичність факту?
- Чи точно наведено факти й числа?
- Чи є посилання на авторитетні джерела?

2. Порівняння – один з найефективніших способів пошуку істини. Рідко одна й та ж недостовірніа інформація публікується на декількох сайтах одразу.

3. Встановлення використання матеріалу іншими джерелами. Передрук і копіювання даних з одного сайтам іншими сайтами є хорошим знаком, оскільки це означає, що цьому джерелу довіряють.

4. З'ясування рейтингу й авторитета джерела. Відомі ресурси зазвичай заслуговують на довіру, оскільки трепетно ставляться до свого рейтингу й не стануть розмінювати його на сумнівні сенсації.

5. Отримання інформації про автора матеріалу:

- Наскільки компетентний автор матеріалу?
- Що ще він написав?
- Які відгуки читачів?

Що таке авторитетні джерела?

- Авторитетність відносна, конкретна й контекстуально залежна.
- Найбільш авторитетне джерело – оглядова стаття у поважному науковому журналі.
- Книги, якщо вони видані в авторитетних видавництвах авторитетними авторами.

Бійтеся помилкової авторитетності. Не довіряйте сліпо твердженнями про авторитетність якого-небудь джерела. Вчені ступені означають авторитет тільки в тій області, в якій вони були отримані.

Веб-сайти з безліччю посилань можуть бути абсолютно недостовірними. Перше питання, яке ви повинні поставити собі, – хто несе відповідальність за сайт, на який ви хочете послатися? Яка їхня кваліфікація та політика

редагування сайту? В Інтернеті хто завгодно може опублікувати що завгодно.

7.5 Критерії якості інформації

Якість інформації можна оцінити за наступними критеріями [70]:

Своєчасність інформації

- Коли інформація опублікована?
- Інформація була переглянута або оновлена?
- Посилання функціональне?

Значимість інформації

- Інформація відноситься до вашої теми або відповідає на ваше запитання?
- Хто є цільовою аудиторією?
- Чи відповідає інформація Вашому рівню потреб?
- Ви дивилися інші джерела, перш ніж зупинитися на даному?

Джерело інформації

- Хто автор джерела інформації?
- Чи наведені дані про автора чи організацію?
- Які повноваження автора або організаційної приналежності надано?
- Кваліфікація учасника?
- Чи є контактна інформація?
- Чи можна зв'язати URL з автором?

Точність інформації

- Звідки інформація?
- Чи має інформація докази точності?
- Чи обговорювалася інформація в мережі?
- Ви можете перевірити дану інформацію з іншого джерела?
- Чи є тон матеріалу упередженим?
- Чи є орфографічні, граматичні та інші помилки?

Мета

- Яка мета цієї інформації: Повідомити? Навчити? Продати? Розважити? Переконати?
- Роблять автори свої наміри чи цілі ясними?
- Дана інформація – факт, думка чи пропаганда?
- Викладена точка зору об'єктивна й неупереджена?
- Чи є політичні, ідеологічні, культурні, релігійні або особисті пристрасті?

7.6 Навички аналізу достовірності

Для правильної організації отримання та аналізу інформації з Інтернет потрібно [67]:

- встановити, що головне, а що другорядне, віддавати перевагу головному;
- поставити конкретні завдання;
- визначити кінцеву мету й розбити на етапи шляхи її досягнення;

- врахувати наступні фактори: осмисленість і змістовність діяльності;
- активізувати розумову діяльність;
- проаналізувати вказівки на можливі помилки й контроль виконання.

Для вміння відділяти достовірну інформацію від недостовірної, необхідно [67]:

- володіти навичками грамотного пошуку інформації, чітко уявляти собі, що треба знайти в мережі, правильно формулювати пошуковий запит;
- дослідити джерела інформації;
- навчитися критично відбирати й оцінювати інформацію;
- уміти перевіряти фактичні помилки;
- вивчати синтаксичний план функціонування інформації, логіки її побудови, структури;
- уміти відокремлювати аргументацію наукову від ненаукової, коректну від некоректної;
- порівнювати зміст, закладений в інформаційному повідомленні зі своїми базовими знаннями з тієї або іншої проблеми, в разі їх нестачі звертатися до додаткової літератури, до інших джерел інформації;
- систематизувати інформацію, шукати прихований сенс.

7.7 Критичне мислення

Велику роль в оцінці достовірності інформації відіграє критичне мислення. На жаль, критичне мислення не вивчається в аудиторії, його повинен у себе сформувати студент сам. Можна тільки дати визначення критичного мислення, яке складається з п'яти пунктів [71].

По-перше, критичне мислення – це самостійне мислення.

Коли заняття будується на принципах критичного мислення, кожен формулює свої ідеї, оцінки й переконання незалежно від інших. Ніхто не може думати критично за нас, ми робимо це виключно для самих себе. Отже, мислення може бути критичним тільки тоді, коли воно носить індивідуальний характер. Студенти повинні мати достатньо свободи, щоб думати власною головою і самостійно вирішувати навіть найскладніші питання.

По-друге, інформація є відправним, й аж ніяк не кінцевим пунктом критичного мислення. Знання створює мотивування, без якого людина не може мислити критично. Як іноді кажуть, «важко думати з порожньою головою».

Навчання критичного мислення – це лише частина багатогранної роботи викладача.

Мислити критично можна в будь-якому віці: не тільки у студентів, але навіть у першокласників накопичено для цього достатньо життєвого досвіду й знань. У своїй пізнавальній діяльності учні та вчителі, письменники і вчені

піддають кожен новий факт критичному обмірковуванню. Саме завдяки критичному мисленню традиційний процес пізнання знаходить індивідуальність і стає осмисленим, безперервним і продуктивним.

По-третє, критичне мислення починається з постановки питань і з'ясування проблем, які потрібно вирішити. Людські істоти цікаві за своєю природою.

«Складність навчання критичному мисленню – підсумовує Джон Бін – полягає в тому, щоб допомогти учням розглядати нескінченне різноманіття оточуючих нас проблем».

Американський філософ і педагог Джон Дьюї вважає, що критичне мислення виникає тоді, коли учні починають займатися конкретною проблемою. На думку Дьюї, фокусування на проблемах стимулює природну допитливість учнів і спонукає їх до критичного мислення.

По-четверте, критичне мислення прагне до переконливої аргументації. Критично мисляча людина знаходить власне розв'язання проблеми й підкріплює це рішення розумними, обґрунтованими доводами.

Вона також усвідомлює, що можливі інші рішення тієї ж проблеми, і намагається довести, що вибране нею рішення логічніше й раціональніше від інших.

Будь-яка аргументація містить у собі три основні елементи. Центром аргументації, головним її змістом є твердження (зване також тезою, основною ідеєю). Твердження підтримується рядом доводів. Кожен з доводів, у свою чергу, підкріплюється доказами. В якості доказів можуть використовуватися статистичні дані, витяги з тексту, особистий досвід і взагалі все, що говорить на користь даної аргументації й може бути визнано іншими учасниками обговорення.

Під усіма названими елементами аргументації – твердженням, доводами і доказами – лежить елемент четвертий: підстава.

Підстава – це якась загальна точка відліку, яка є спільною для оратора чи письменника і його аудиторії й яка дає обґрунтування всієї аргументації.

Аргументація виграє, якщо враховує існування можливих контраргументів, які або оскаржуються, або визнаються допустимими.

І, нарешті, **по-п'яте**, критичне мислення є мислення соціальне. Будь-яка думка перевіряється й відточується, коли нею діляться з іншими, або, як пише філософ Ханна Арендт, «досконалість може бути досягнута тільки в чийсь присутності». Коли ми сперечаємося, читаємо, обговорюємо, заперечуємо й обмінюємося думками з іншими людьми, ми уточнюємо й поглиблюємо свою власну позицію.

Контрольні питання

1. Перерахуйте та поясніть закони інформації.
2. Дайте характеристику методів аналізу інформації.
3. Перерахуйте властивості інформації, продемонструйте приклади.
4. На прикладі фрагменту тексту виконайте оцінку якості інформації.
5. Що таке критичне мислення.

8. ПРАКТИКА

*... практика – справа особлива, її разом з книгами не купиш. Інакше ці книги розходились би миттєво.
Ірвінг Стоун. «Жага життя»*

8.1 Блог про направлення курирування

У цьому завданні Вам необхідно:

- створити блог на платформі Blogger, в якому Ви зможете виконувати домашні завдання;
- вибрати тему курирування;
- навести у своїй відповіді адресу блога і вказати якій темі він буде присвячений.

Ваша відповідь може виглядати так: Іванов Іван, адреса блога: <http://ivanov.blogspot.com>, Тема курирування: змішане навчання.

Якщо у Вас вже є блог, то Ви можете працювати в ньому і новий створювати не обов'язково.

Якщо Ви жодного разу не створювали свій блог й у Вас немає облікового запису Google, то сподіваємося, що Вам допоможуть тьюторіали зі створення облікового запису Google і власного блога на платформі Blogger.

Звертаємо увагу, що в адресі блога, Вам треба увійти на його стартову сторінку і вказати адресу. Не вказуйте Інтернет адресу, яку Ви знайдете в режимі редагування або перегляду списку блогів. Ознака правильної адреси блога – це посилання наступного виду: [http://\(ВАША НАЗВА БЛОГА\).blogspot.com](http://(ВАША НАЗВА БЛОГА).blogspot.com)

8.2 Робота з Twitter

Алгоритм виконання завдання:

1. Увійти до свого облікового запису Twitter, якщо ще не реєструвалися, то створити його.
2. Виконати пошук у Twitter у напрямку курирування, визначити список цікавих людей, проаналізувати твіти.
3. Бажано продемонструвати: скільки осіб Ви відстежуєте? Хто вони? Скільки у Вас твітів і ретвітів? Як багато генерується інформації в день за Вашим напрямком?
4. Створити тему у форумі, в якості відповіді дати адресу публікації в блозі, після адреси публікації в блозі також написати свій аккаунт в Twitter (наприклад: @ivanov)

Для більш легкого пошуку в області e-learning, можете скористатися посиланнями:

1. Список хештегів (ключових слів) Twitter в області електронного навчання [57].
2. Найвпливовіші люди в області електронного навчання на Twitter [72].

Якщо Ви не користувалися Twitter раніше, то зареєструватися в сервісі й почати ним користуватися Вам допоможуть тьюторіали в курсі. Сподіваємося, що вони виявляться корисними.

8.3 Створення газети Paper.li

У цьому завданні Вам необхідно познайомитися й обговорити сервіс <http://paper.li>, за допомогою якого створюється Ваша власна електронна газета. Контент газети наповнюється за допомогою найактуальніших і затребуваних твітів за обраною Вами тематикою. Отже що потрібно:

1. За обраним напрямом створити свою газету Paper.li.
2. Створити свою тему форуму, в якій дати посилання на створену Вами газету.

В якості допомоги, пропонуємо Вам тьюторіал про те, як працювати з Paper.li

8.4 Я – куратор змісту

Висловити думки про куратора змісту, про його діяльність, функції.

У блозі [73] написано:

«Для себе я розумію куратора змісту як власника ресурсу. Інформація є ресурс. Її можна накопичувати, обмінювати, продавати та ін. Робити все, що роблять з ресурсом.

Інша справа, що власники ресурсу змушені шукати форми самоорганізації. Колекціонер не може бути один – йому потрібне спілкування з собі подібними. Повинна створитися мережа. Так чинять усі спільноти: програмісти, продавці ліків і багато хто ще. Далі питання схильностей – активному простіше бути екскурсоводом і набирати в мережу нових членів, менш активному – простіше сидіти на ресурсі.

Створення мережі неминуче. Цікаве питання, хто і як отримає з цього профіт».

Пропонуємо Вам описати свою діяльність в якості куратора змісту, свої функції, які якості куратора у Вас вже й які необхідно сформувавши.

8.5 Відкриті освітні ресурси та курирування

У цьому завданні Вам необхідно:

1. Виконати пошук навчального матеріалу в репозиторіях відкритих освітніх ресурсів за темою курирування.
2. Знайти в Інтернет матеріали за темою курирування з ліцензіями Creative Commons. Зробити аналіз виконаного пошуку.
3. Вказати в своєму блозі ліцензію Creative Commons (див. тьюторіал).
4. Описати своє завдання в блозі й дати в темі форуму посилання на публікацію.

Для виконання завдання, радимо Вам ознайомитися з добіркою матеріалу по відкритим освітнім ресурсам і ліцензіями Creative Commons. Там же є приклад виконання завдання.

8.6 Використання Scoop.it і rebelmouse.com для курування змісту

У цьому завданні необхідно:

Зареєструватися у сервісах Scoop.it і rebelmouse.com.

Оцінити роль цих сервісів у куруванні змісту.

Для виконання завдання скористайтеся тьюторіалами в курсі.

8.7 Робота з Evernote

Алгоритм виконання завдання:

- Створити акаунт в Evernote, встановити програму на мобільному пристрої і в браузері.
- Зробіть замітки при роботі з бібліотечними ресурсами.
- Під час використання у групі зробіть замітки для перегляду.
- Створіть у форумі окрему тему і прокоментуйте виконану роботу, не забудьте дати посилання.

В якості допомоги Ви можете скористатися ресурсом у курсі, в якому є описи сервісу, його доповнень.

Також рекомендуємо блог [74].

8.8 Робота з DIIGO

Сервіс <http://diigo.com> призначений для створення он-лайн закладок та коментування тексту.

1. Створити акаунт в DIIGO.
2. Підключитися до групи DIIGO, яка створена учасниками курсу: https://groups.diigo.com/group/ukr_content_curator.
3. Вибрати веб-сторінку теоретичного матеріалу тижня, зробити закладку, коментарі до файлу й окремих фрагментів тексту.
4. Зберегти цю сторінку в закладки нашої групи.
5. Прокоментувати враження від сервісу.

В якості допомоги рекомендується скористатися ресурсом курсу, в ньому міститься опис сервісу та тьюторіали до нього.

Також рекомендуємо блог [74].

8.9 Робота з бібліотечними ресурсами

1. Знайти сайт вашої або найближчої бібліотеки й ознайомитись із ним. В електронному каталозі знайти кілька джерел (бібліографічний опис, повний текст) за вашою тематикою. Зберегти список з декількох видань.

2. Один акаунт. Увесь світ Google! Створити в «Моя бібліотека» на Google Books <http://books.google.com/> нову книжкову «полку» і «розмістити» на ній кілька знайдених джерел з тематики. Склад джерел (книги, журнали, блоги тощо) і режим доступу на вибір.

3. Увійти в електронну бібліотеку періодичних видань eLIBRARU.RU http://elibrary.ru/access_terms.asp. Провести пошук і зберегти кілька статей у відкритому доступі за Вашою тематикою <http://elibrary.ru/>.

4. Використайте системи пошуку наукової інформації: Google Академія <http://scholar.google.com.ua>; Microsoft Academic Search

<http://academic.research.microsoft.com/>. Знайти кілька джерел, звернути увагу на візуалізацію даних в Microsoft Academic Search.

У звіт про виконану роботу крім опису роботи повинно входити: списки джерел з вашої бібліотеки і систем пошуку наукової інформації (можна посилання на результати пошуку); скріншоти «Моя бібліотека» з описом джерел; посилання на документи з електронної бібліотеки.

8.10 Робота з журналами, що входять до наукометричних баз даних

1. Ознайомитись із колекціями інформаційних ресурсів курсу.
2. Провести пошук статей, журналів або книг за вашою темою в декількох ресурсах відкритого доступу (за вибором, можна не з нижчеперелічених):

- Директорія журналів відкритого доступу DOAJ <http://www.doaj.org/>.
- Directory of Open Access Books <http://www.doabooks.org/>.
- InTech <http://www.intechopen.com>.
- Реєстр відкритих архівів: <http://www.openarchives.org/Register/BrowseSites>.
- Реєстр репозитаріїв відкритого доступу: <http://roar.eprints.org/>.
- Каталог відкритих репозитаріїв OpenDOAR / Directory of Open Access Repositories: <http://www.openoar.org/>.
- Система пошуку у відкритих архівах України: <http://oai.org.ua>.

3. Чи можуть ресурси відкритого доступу стати альтернативою закритих підписних електронних баз даних?

4. Визначити найбільш рейтингові журнали за вашою, чи близькою темою за даними Scopus® бази даних компанії Elsevier за допомогою вільно доступних інструментів <http://www.scimagojr.com> або <http://www.journalmetrics.com/>.

5. Якщо в Інтернет присутні Ваші публікації, створити свій профіль «Мої цитати» у <http://scholar.google.com.ua/intl/ru/scholar/citations.html>, і додати їх в нього. Перевірити, можливо ті, за ким Ви слідкуєте в соціальних сервісах мають відкриті профілі в Академії Google?

6. Використати ResearcherID <http://www.researcherid.com/ViewProfileSearch.action>. Визначити «присутність» Вашої теми (ключові слова), або цікавих для Вас авторів або авторитетних організацій в ресурсах Thomson Reuters. У результатах роботи привести найцікавішу «карту результату».

Описати виконану роботу й отримані результати.

Авторитетні інформаційні джерела

1. **AAAS / Science** Академічний журнал Американської асоціації сприяння розвитку науки <http://www.sciencemag.org/>
2. **AEA Journals** Журнали Американської економічної асоціації <https://www.aeaweb.org/journals>
3. **American Geophysical Union** Журнали з геофізики <http://sites.agu.org>

4. **American Institute of Physics Journals** Повнотекстові й реферативні бази даних з фізики <http://scitation.aip.org>
5. **American Mathematical Society /MathSciNet** Реферативний журнал Mathematical Reviews <http://www.ams.org/mathscinet>
6. **American Mathematical Society Journals** Журнали з математики <http://www.ams.org/journals> Ресурси вільного доступу: <http://www.ams.org/publications/journals/open-access/open-access>
7. **American Physical Society Journals** Колекція провідних журналів з фізики <http://publish.aps.org>
8. **American Psychological Association / PsycARTICLES** Пошукова інформаційна платформа Американської психологічної асоціації <http://www.apa.org/pubs/databases/psycarticles/index.aspx>
9. **American Society for Microbiology Journals** Журнали найбільшого товариства з мікробіології <http://journals.asm.org>
10. **Bloomberg Profesitesal** Інтерактивна фінансова інформаційна система <http://www.bloomberg.com/europe>
11. **Brill Primary Sources** База даних з гуманітарних наук <http://www.primarysourcesonline.nl/protected/>
12. **Britannica / E-STAX** Колекція електронних книг видавництва Britannica <http://eb.pdn.ipublishcentral.com>
13. **Britannica Imagequest** База даних зображень кращих колекцій світу <http://eb.pdn.ipublishcentral.com>
14. **Britannica** Колекція електронних книг видавництва Britannica <http://www.britannica.com>
15. **Cambridge Books Online** Видання з гуманітарних дисциплін, природознавства <http://ebooks.cambridge.org>
16. **Cambridge Journals** Журнали Кембриджського університету <http://journals.cambridge.org/action/login> Ресурси вільного доступу: <http://journals.cambridge.org/action/stream?pageId=9212&level=2&sessionId=7E743F837D19BD881089E0F007B3F5A0.journals>
17. **DigiZeitschriften** Архів з близько 170 провідних німецьких журналів <http://www.digizeitschriften.de/startseite> Ресурси вільного доступу: <http://www.digizeitschriften.de/en/openaccess>
18. **Ebrary Academic Complete** Книги з гуманітарних і природничих наук www.ebrary.com/corp/academic.jsp
19. **EBSCO** Агрегатор наукових ресурсів провідних видавництв світу <https://www.ebscohost.com>
20. **Elsevier / Reaxys** Інформаційний ресурс для хіміків-синтетиків: органічна й неорганічна хімія <https://www.elsevier.com/solutions/reaxys>
21. **Elsevier / ScienceDirect** Повнотекстова база даних видавництва Elsevier www.sciencedirect.com. Опис ресурсу <http://elsevierscience.ru/products/science-direct>
22. **Elsevier / SCOPUS** Бібліографічна і реферативна база даних (постачальник наукометричної інформації)

- <https://www.elsevier.com/solutions/scopus>
23. **Emerald / eBookSeries** Колекції електронних книг з суспільних наук
<http://www.emeraldinsight.com/products/ebookseries/index.htm>
 24. **Emerald / Engineering** Колекція журналів Emerald з інженерної справи
<http://www.emeraldgrouppublishing.com/engineers/index.htm>
 25. **Emerald** База даних з бізнесу: наукові видання, книги
<http://www.emeraldinsight.com>
 26. **EuromonitorInternational / PassportGMID** Он-лайнова інформаційна система з економічною інформацією (огляди ринків, статистичні дані з країн світу) <http://www.portal.euromonitor.com/portal/server.pt>
 27. **HEDBIB / International Bibliographic Database on Higher Education** Міжнародна бібліографія з вищої освіти <http://hedbib.iau-aiu.net>
 28. **Henry Stewart Talks Online Collections / The Biomedical & Life Sciences Collection** Он-лайн лекції <https://hstalks.com/biosci>
 29. **HEPSEU** Вузи, стипендії й гранти в європейських країнах
<http://www.hepseu.com>
 30. **Heritage of the Printed Book Database** База даних стародруків європейських бібліотек <http://cerl.epc.uu.se/sportal>
 31. **IEEE Xplore Digital Library** Електронна бібліотека з електротехніки й електроніки <http://ieeexplore.ieee.org/Xplore/home.jsp>
 32. **IMF eLibrary** Електронні книги Міжнародного валютного фонду
<http://www.elibrary.imf.org>
 33. **Inspec** База даних з інженерної тематики
<http://www.theiet.org/resources/inspec>
 34. **IOP / Science** Наукові журнали видавництва Institute of Physics <https://iopscience.iop.org/journals> Ресурси вільного доступу: <http://iopscience.iop.org/info/page/openaccess>
 35. **Jove** Журнал візуалізованих експериментів: експериментальні відео, наукові статті <http://www.jove.com>
 36. **JSTOR** Повнотекстова база даних англомовних наукових журналів
<http://www.jstor.org>
 37. **Kluwer Law International** Одна з найбільших баз даних правової інформації <http://www.wklawbusiness.com/store>
 38. **Lexis Nexis** Законодавча, судова, податкова й фінансова інформація
<http://www.lexisnexis.com/hottopics/lnacademic>
 39. **Metapress** База даних наукових журналів і книг
<http://www.metapress.com/home/main.mpx>
 40. **Nature Publishing Group** Журнали з природничих наук
<http://www.nature.com>. Відкритий архів:
<http://www.nature.com/nature/archive/>
 41. **NRC Research Press Journals** Канадське наукове видавництво
<http://www.nrcresearchpress.com>
 42. **OnePetro** Освоєння нафтових і газових родовищ
<https://www.onepetro.org>

43. **Optical Society of America / Optics Infobase** Журнали Американського товариства з оптики <https://www.osapublishing.org>
44. **Oxford Digital Reference Shelf** Повнотекстові словники <http://www.oxfordreference.com>
45. **Oxford Handbooks Series** Матеріали з гуманітарних і суспільних наук <http://www.oxfordhandbooks.com>
46. **Oxford Language Dictionary Online** Словники <http://www.oxfordlanguagedictionaries.com/Public/PublicHome.html?url=%2Fapp%3Fservice%3Dexternal%26page%3DHome&failReason=> Ресурси вільного доступу: <http://global.oup.com/oldo/subscribe/>
47. **Oxford Music Online** Музичний ресурс <http://www.oxfordmusiconline.com/public/;jsessionid=25F1073CAE000326F14B6F2DCD45900F>
48. **Oxford University Press** Наукові журнали Оксфордського університету <https://www.oxfordjournals.org> Ресурси вільного доступу <http://www.oxfordjournals.org/oxfordopen>
49. **PatrologiaLatina** Колекція документів латинською мовою; історична й наукова література, поезія, переклади з грецької <http://pld.chadwyck.co.uk>
50. **ProjectMUSE** Журнали з гуманітарних і суспільних наук <http://muse.jhu.edu>
51. **Proquest / Arts&HumanitiesFullText** База даних з мистецтва й гуманітарних наук http://www.proquest.com/products-services/Arts_and_Humanities.html
52. **Proquest / LiteratureOnline** Колекція світової художньої літератури <http://literature.proquest.com/marketing/index.jsp>
53. **Proquest / SafariBooksOnlion** Технічна література для фахівців з інформаційних технологій <http://proquest.safaribooksonline.com/>
54. **ProQuest** Найбільша у світі колекція дисертацій <http://www.proquest.com>
55. **RhinologyJournal** Науковий журнал з ринології <http://www.rhinologyjournal.com>
56. **Royal Society of Chemistry Publishing** Видання з хімії <http://pubs.rsc.org>
57. **Royal Society of Chemistry Publishing** Журнали Американського хімічного товариства <http://pubs.acs.org>
58. **SAGE Journals** Журнали по соціальним і природничим наукам <http://online.sagepub.com>. Ресурси вільного доступу: <http://online.sagepub.com/site/misc/freetrialhelp.xhtml>
59. **SciFinder** Бази даних Американського хімічного товариства <https://scifinder.cas.org>
60. **SIAM / Society for Industrial and Applied Mathematics** Прикладна математика: журнали, статті <http://epubs.siam.org>
61. **Springer / Materials** Матеріалознавство <http://materials.springer.com>
62. **Springer / Protocols** База даних лабораторних протоколів з

- біомедицинських наук і наук про життя <http://www.springerprotocols.com>
 Ресурси вільного доступу:
<http://www.springerprotocols.com/cdp/view/freeProtocolList>
63. **Taylorand Francis** Політематична база даних видавництва
<http://www.tandfonline.com/>
 64. **The Cambridge Crystallographic Data Centre** Банк структурних даних органічних сполук <http://www.ccdc.cam.ac.uk>
 65. **The Electrochemical Society Digital Library** Електронна бібліотека Американського електрохімічного товариства <http://ecsd.org>
 66. **The New England Journal of Medicine** Найстаріший медичний журнал у світі <http://www.nejm.org>
 67. **The Royal Society Online Journals** Журнали з біології, математики, фізики, історії та інше <https://royalsociety.org/journals>
 68. **Thieme** Наукові журнали й книги з медицини й хімії <https://www.thieme-connect.com>
 69. **Thomson Reuters / Integrity** Інформаційно-дослідницький сервіс з фармації <http://integrity.thomson-pharma.com/integrity/xmlxsl>
 70. **Thomson Reuters / Web of Science** Бібліографічна і реферативна база даних (постачальник наукометричної інформації)
<http://wokinfo.com/citationconnection>, <http://wokinfo.com/russian>.
 71. **Ulrich's Periodical Directory** Найбільша реєстраційна БД, що описує журнали світу <http://ulrichsweb.serialssolutions.com/login>
 72. **Wiley Online Library** Колекція міждисциплінарних електронних ресурсів <http://onlinelibrary.wiley.com/>. Ресурси вільного доступу:
<http://olabout.wiley.com/WileyCDA/Section/id-406071.html>
 73. **Wolters Kluwer Health / Ovid** Медичні книги, журнали, бібліографія
<http://wolterskluwer.com>
 74. **Worldbook Library** Монографії та наукові звіти
<http://www.ebooklibrary.org>
 75. **World Scientific** База даних наукових журналів
<http://www.worldscientific.com>
 76. **Worldbanklibrary** Аналітичні звіти Всесвітнього банку
<http://elibrary.worldbank.org>
 77. **Zentralblatt MATH** Реферативний журнал з математики
<https://zbmath.org>
 78. **Євразійська патентна інформсистема** Патентна база даних
<http://www.eapatis.com>

8.11 Моє персональне навчальне середовище

Використовуючи хмарні технології (mindmeister.com, popplet.com і ін.), необхідно скласти карту пам'яті персонального навчального середовища, вказати призначення окремих найбільш важливих інструментів, зробити аналіз і скласти план розвитку.

В якості допомоги при виконанні завдання можете скористатися [75].

8.12 Pinterest для куратора змісту

1. Створити акаунт в Pinterest, проаналізувати його можливості і використати його для свого напрямку курирування.
2. Поділитися в форумі своїми результатами: дати посилання на Ваші дошки в сервісі.

Скористатися ресурсом курсу для виконання завдання

8.13 Агрегатор Netvibes – методи застосування

1. Зареєструватися у сервісах-агрегаторах <http://www.symbaloo.com> та <http://netvibes.com>.
2. Створити власний агрегатор і підключити необхідні інформаційні потоки.
3. Дати в форумі посилання на результати вашої роботи.

Скористатися для виконання завдання інформаційним ресурсом курсу.

8.14 Відео фрагмент напрямку курирування

Використовуючи хмарні технології <https://screencast-o-matic.com/>, <http://www.techsmith.com/jing.html>, створити відео фрагмент про особливості Вашого напрямку, розмістити на YouTube й інтегрувати у Форум.

Оцініть роботи Ваших колег, виберіть три кращі роботи.

Приклад виконання завдання є в цьому пості <http://bugaychuk.blogspot.com/2013/04/3.html>.

Тьюторіали за програмами можна знайти в курсі.

8.15 Перевірка справжності фотоконтента

Інтернет, з одного боку, збільшує кількість неправдивої інформації (в першу чергу, мова йде про дані, які вибираються із соцмереж), а з іншого – надає багато цифрових інструментів для її перевірки [76].

За допомогою декількох он-лайн-інструментів можна перевірити на справжність фотографії, «витягнути» з них якомога більше даних і знайти більше інформації про людину.

Findexif.com – безкоштовний сервіс, на який можна завантажити фотографію або дати посилання на неї – він визначить EXIF-дані (відомості, коли було зроблено фото, яким пристроєм, параметри зображення, для деяких фото можна визначити й місце зйомки).

Foto Forensics – веб-сайт, який може зробити error level analysis (ELA), тобто знайти області «домальовані» на зображенні або вставлені в нього при редагуванні. Після обробки програма видає фотографію, де редаговані фрагменти будуть виділятися на тлі інших. Крім того, програма також надасть EXIF-дані фотографії.

Google Search by Image – зворотний пошук зображень, сюди можна завантажити фото, щоб знайти його оригінальне джерело й подивитися, де воно ще публікувалося.

TinEye – ще один інструмент для зворотного пошуку.

JPEGSnoop – програма, яка встановлюється на комп'ютер (працює

тільки для Windows), також дозволяє подивитися метадані не тільки зображень, але й форматів AVI, DNG, PDF, THM. Програму можна використовувати для багатьох цілей, наприклад, вона дозволяє побачити, внесено зміни чи зображення, виявити помилки в пошкодженому файлі т.ін.

Алгоритм перевірки зображення

1. Встановити автора або першоджерело фотографії. Найбільш очевидний і зазвичай найбільш ефективний шлях зробити це – зв'язатися з тим, хто завантажив фотографію або надіслав до редакції, і запитати, чи сам чоловік зробив фото. Також обов'язково потрібно пошукати фотографію через зворотний пошук зображень. Google показує також схожі картинки, що іноді допомагає побачити, чи була фотографія відредагована. Посилання на фото у гарній якості, як правило, і є першоджерелом.

2. Необхідно перевірити саму особистість, яка поширює інформацію. Для того щоб зібрати про неї більше інформації є кілька різних ресурсів, і хоча більшість з них створено для жителів США, є й такі, які будуть корисні для різних країн. Наприклад, **Pipl.com** – призначений для пошуку «інтернет-сліду» користувача, допомагає його ідентифікувати, знайти фотографії. Програма здійснює пошук у всіх соціальних американських мережах (Facebook, LinkedIn, MySpace) – для цього потрібно ввести ім'я та прізвище латиницею. Особливість програми в тому, що вона веде пошук по «глибокому Інтернету» (deepWeb), який ігнорується звичайними пошуковими системами й недоступний для користувачів.

Додатковий корисний ресурс **WebMii** – шукає посилання з ім'ям людини, дає рейтинг «веб-видимості», за допомогою якого можна встановити фейковий акаунт. Завдяки інструменту кожен може знайти згадку свого імені на іноземних ресурсах.

Для пошуку в Рунеті можна використовувати сервіс **people.yandex.ru**.

3. Наступним кроком у перевірці фото повинно бути підтвердження місця, дати та приблизного часу, коли було зроблено фото. Легше запитати самого автора або попросити зробити його інші знімки цього місця, якщо він доступний для зв'язку. Далі перевірити вихідні дані за допомогою зазначених вище програм. Потрібна інформація – це час, місце зйомки, фотоапарат. Якщо метадані недоступні, потрібно уважно вивчити знімок: номер машин, погодні умови, ландшафт, стиль одягу, рекламні оголошення, будівлі, магазини – ці деталі допоможуть визначити місцевість, а іноді і стають свідченням підробки.

У перевірці фотографії є ще один, здавалося б, очевидний момент – підтвердження, що фотографія дійсно зображує те, про що заявлено. Адже вона може бути справжньою, а ось опис не відповідатиме дійсності.

Розібратися в локаціях допоможе Google Maps або Wikimapia (краудсорсингова версія Google Maps). Корисний сайт Panoramio – тут можна розмістити фотографії, позначивши їх географічні координати (сайт інтегрований з картами Google).

Geofeedia – інструмент «куратора соціальних мереж», який агрегує

результати не за ключовими словами чи хештегом, а за місцем розташування, яке ви задаєте. Сервіс обробляє повідомлення з Twitter, Flickr, Youtube, Instagram і Picasa, надіслані з використанням GPS, і потім представляє їх у вигляді колажу. Сервіс платний, безкоштовно є тільки демо-версія.

Ще один спосіб перевірити фото – подивитися, які погодні умови були в заявленому місці в конкретний день. Тут корисною стане пошукова система **Wolfram Alpha**. Про цей інструмент варто сказати докладніше – це навіть не пошукова система, а база знань з науковим ухилом. Інтелектуальний робот, який може відповідати на найрізноманітніші питання. Але він орієнтується тільки в темах, що стосуються точної, енциклопедичної інформації, а не поточних подій. Посилань на інші сайти не надає, а видає вже готовий варіант відповіді. Працювати з Wolfram Alpha потрібно англійською мовою.

8.16 Аналіз інформаційних повідомлень

В якості практичного завдання можна запропонувати провести аналіз інформаційних повідомлень за таким планом:

- На якому сайті опублікована інформація. Що ви можете сказати про цей сайт?
- Чи вказано джерело інформації? Що ви можете сказати про дане джерело?
- Хто автор інформаційного повідомлення? (Якщо немає конкретного прізвища, можна припустити: журналіст, політик, комерсант, вчений, педагог, і т.ін.)
- Кому адресовано це повідомлення?
- Чи містяться в тексті недостовірні відомості, з негативним ухилом? В яких конкретно висловлюваннях містяться ці відомості?
- Якщо у вищевказаних фразах є відомості, то в якій формі вони виражені: твердження, припущення, питання?
- Чи є в тексті різка, виражена в грубій, цинічній формі негативна оцінка особистості?
- Яка аргументація використовується.
- Яка композиційна структура тексту, які стилістичні прийоми використовує автор і як вони характеризують героїв публікації?
- Чи є в тексті фактичні помилки?
- Визначте мету, яку переслідує дане інформаційне повідомлення.
- Знайдіть в мережі схожі повідомлення (схожу інформацію з даної теми), використовуючи різні комбінації ключових слів. Порівняйте інформацію з різних джерел, проаналізуйте її.
- Зробіть висновок, чи можна довіряти цій інформації? Обґрунтуйте свою відповідь, коротко опишіть, на підставі чого ви так вирішили.

Процес осмислення одержуваної інформації має величезне значення для вміння здійснювати індивідуальний інформаційний захист.

Додаткова інформація: [49-52]

8.17 Приклад виконання роботи з визначення достовірності інформації

У блозі [81] одного з учасників курсу наведено детальний аналіз достовірності інформації. Далі наведені деякі фрагменти цього аналізу.

Отже, довго шукати не довелося: <http://letnews.ru/u-beregov-ostrova-andikitira-obnaruzhen-korabl-zatonuvshij-v-xii-veke/> (дуже свіже повідомлення - від 02.01.2016 !!!)

Одночасно, подібна інформація була опублікована на різних сайтах:

Нижче наведено нумерований перелік посилань на ці джерела, оскільки номери даних посилань ми використовуватимемо при аналізі достовірності інформації:

1. <http://letnews.ru/u-beregov-ostrova-andikitira-obnaruzhen-korabl-zatonuvshij-v-xii-veke/>
2. <http://mir24.tv/news/world/13736012>
3. <http://www.sterlitamaktime.ru/world/v-gretsii-nashli-zatonuvshiy-korabl-s-sokrovishhami/>
4. <http://wordyou.ru/v-mire/81507.html>
5. <http://svopi.ru/nauka/79524-u-beregov-andikitiry-nashli-zatonuvshiy-korabl-s-sokrovischami.html>
6. <http://www.vladtime.ru/nauka/463407-u-beregov-ostrova-andikitira-obnaruzhili-zatonuvshiy-korabl-s-sokrovischami.html>
7. <http://informvest.net/other/u-beregov-italii-obnaruzhili-zatonuvshij-korabl-xii-veka.html>
8. <http://vistanews.ru/editors-selection/38378-u-beregov-andikitiry-nashli-zatonuvshiy-korabl-s-sokrovischami.html>
9. <http://chto-proishodit.ru/news/2016/01/01/750033445>

Почитавши всі ці повідомлення, я прийшла в жах. Розбіжності в інформації в різних (9 представлених вище) джерелах виявилися жахливими:

1) острів Антикітера за одними джерелами (1; 2; 3; 5; 6; 8) належить Греції (і це вірно!), за іншими (4; 7; 9) – Італії;

2) знайдений корабель («на думку вчених») одні джерела (1; 9) датують XII століттям; інші (2; 3; 5; 6; 8) джерела, знову таки, посилаючись на вчених, кажуть, що корабель затонув у 65 році до н.е. (за часів Юлія Цезаря); треті (4; 7) – констатують дату загибелі корабля 65 роком до н.е., але артефакти (гличики, музичний інструмент, виготовлений з кістки, пристосування для заточування ножів і т.д.), що знайдені на кораблі й навколо нього, датують XII століттям (ЯК ЦЕ МОЖЛИВО ?????????);

3) Брендан Фолі в одних джерелах (2) згадується як капітан судна пошукової експедиції, в інших (4; 5; 7; 8) – як професор археології Вулсі-Хольського Інституту океанографії, керівник даної експедиції;

4) частини корабля і артефакти, за даними одних джерел (2; 4; 5), розкидані на території 200 кв.м; за даними інших (1; 3; 6) – у радіусі 25 км. (!!!), за даними джерела (8) – у радіусі 25 м (у цьому випадку площа становить 1960 кв.м !!!);

5) підйом артефактів, за даними одних джерел (1; 3; 7) тривав більше року; за даними інших (2; 5; 6; 8) - рівно 61 день (!!!);

6) і наостанок ... це - ВАУ !!! Фото затонулого корабля в різних джерелах виглядають так:



(Джерела 1; 6)



(Джерело 4)

Навіть не будучи професором археології або кораблебудівником, не озброєним оком видно, що це абсолютно різні судна !!!

Є ще й інші фото.

Не перевірити достовірність такої інформації – ГРІХ! А в нашому випадку – їх і так достатньо.

Тому спочатку я перевірила фото на TinEye.com.

Вперше це фото з'явилося в Інтернеті ще 16.03.2013, хоча за даними всіх розглянутих джерел, корабель біля берегів Антикитера був виявлений в 2014 році.

На даному сайті (http://www.huffingtonpost.com/entry/antikythera-shipwreck-greek-discovery_56096082e4b0768126fe33c0) також викладено 9-ти хвилинне відео про цю експедицію. В YouTube його можна переглянути за посиланням: <https://www.youtube.com/watch?v=OBFCUOrPHao>

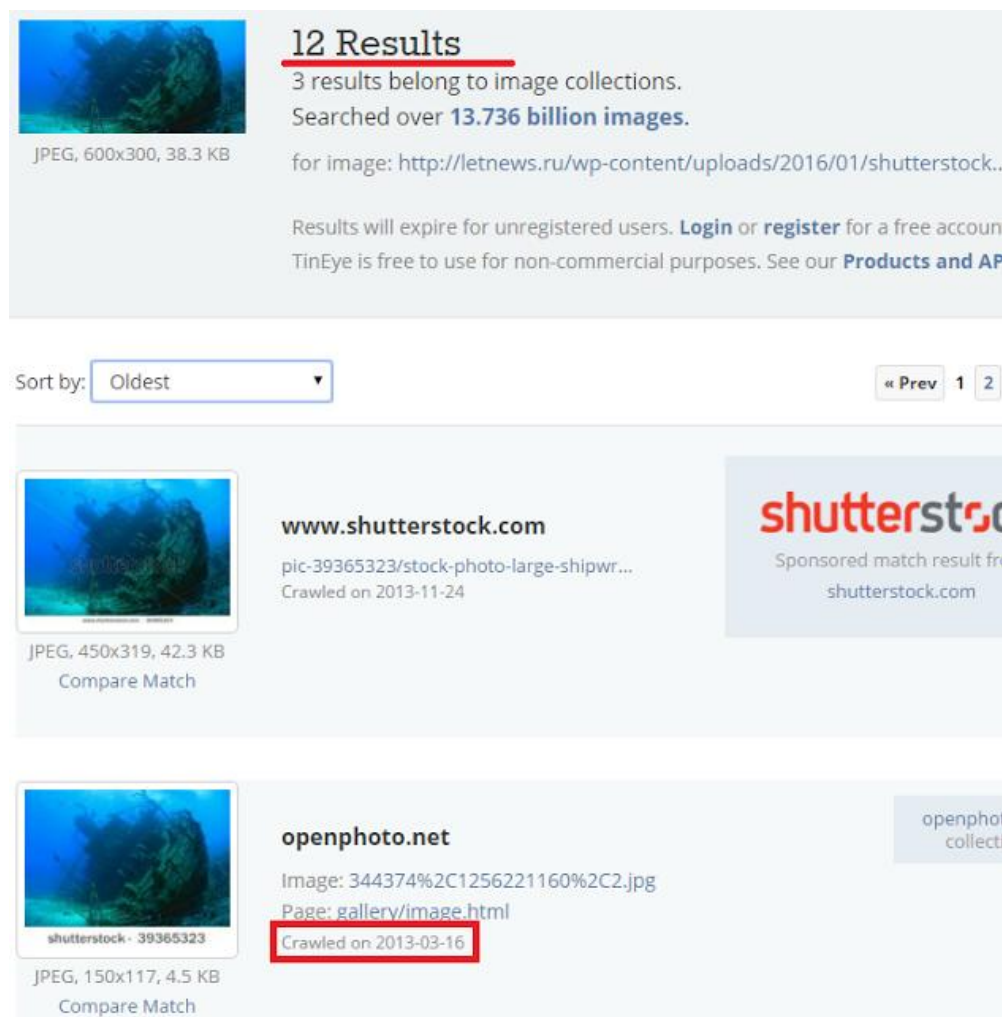
І ще: <https://www.youtube.com/watch?v=owVfI4p0zgs> – посилання на відеоматеріали засідання робочої групи даної археологічної експедиції (відео викладене 03 лютого 2015 року).

Далі я ввела в пошук запит «Антикітіра, корабель, Брендан Фолі, 65 століття до н.е., 2015 року, експедиція» – результат:

Два з цих джерел (найбільш авторитетні з нашої суб'єктивної точки зору. Підстава для такого висновку – назва цих сайтів. Але я можу помилятися. Я знову вивчила цю інформацію більш детально:

<http://scientificrussia.ru/articles/antikerskoe-korablekrushenie>

http://kyriologic3.rssing.com/chan-3296128/all_p205.html:



The screenshot shows a search engine interface with the following elements:

- Search Results Summary:** "12 Results" (underlined), "3 results belong to image collections.", "Searched over 13.736 billion images." Below this is a URL: "for image: http://letnews.ru/wp-content/uploads/2016/01/shutterstock..".
- Account Information:** "Results will expire for unregistered users. Login or register for a free account. TinEye is free to use for non-commercial purposes. See our Products and AP".
- Sort and Navigation:** "Sort by: Oldest" (dropdown menu), "« Prev 1 2 »" (pagination).
- Result 1 (shutterstock.com):** Includes a thumbnail of the shipwreck, the URL "www.shutterstock.com", a partial URL "pic-39365323/stock-photo-large-shipwr...", and "Crawled on 2013-11-24". A "Sponsored match result from shutterstock.com" banner is visible to the right.
- Result 2 (openphoto.net):** Includes a thumbnail, the URL "openphoto.net", "Image: 344374%2C1256221160%2C2.jpg", "Page: gallery/image.html", and "Crawled on 2013-03-16" (highlighted with a red box).

Обидва ці джерела несуть посилання на компетентні джерела, імена та назви офіційних установ супроводжуються оригінальними назвами англійською мовою, інформація більш розгорнута і зрозуміла. Крім того, автор другої статті посилається на прес-реліз Океанічного інституту в Вулсі-Холі (який можна вважати офіційним першоджерелом):

<http://www.who.edu/news-release/antikythera-shipwreck-excavation>

Рекомендовані джерела – Стаття Брендана Фоліо щодо розробки та застосування глибоководного дистанційно керованого апарату Нерей для археологічних досліджень морського дна; опис проекту грецького Міністерства культури і спорту за підтримки Вудс-Холі океанографічного інституту (США).

Таким чином, інформація, знайдена мною є достовірною, але (мабуть внаслідок невігластва людей, що прагнуть «Народжувати сенсації» в

Інтернеті) подається в багатьох джерелах у дуже спотвореному вигляді.

Здійснивши дане дослідження, я з повною відповідальністю можу відповісти на питання про знайдені мною джерела цієї інформації:

1. На якому сайті опублікована інформація. Що ви можете сказати про цей сайт?

<http://letnews.ru> – звичайний російськомовний новинний сайт, яких багато:

При більш детальному знайомстві з ресурсом, видно, що автори не гребують «смаженими сенсаціями» (мабуть, для залучення «своїх» читачів, зростання рейтингу):

2. Чи вказано джерело інформації? Що ви можете сказати про дане джерело?

Джерело інформації не вказано.

3. Хто автор інформаційного повідомлення?

Сказано: опублікувала Ольга Комарова. На її рахунку 6430 публікацій повідомлень на даному ресурсі (теми повідомлень абсолютно різноманітні: новини науки, культури, події політичні, події, новини автомобілебудування, психології і т.ін., одним словом – усе підряд), по 4-6 статей на день. Можливо, Ольга Комарова – журналіст, але в цьому я сумніваюся.

4. Кому адресовано це повідомлення?

Абсолютно будь-якому користувачеві Інтернет.

5. Чи містяться в тексті недостовірні відомості, з негативним ухилом? У яких конкретно висловлюваннях містяться ці відомості?

Недостовірні відомості є (рік виявлення корабля, час аварії корабля й ін.). Але вони не несуть негативного забарвлення, а швидше обумовлені тим, що автор не вникнув у суть питання, не перевінив відомості. Думаю, що дана публікація – репост з метою підтримки особистого рейтингу.

6-7

8. Яка аргументація використовується?

Аргументація, як така відсутня. Повідомлення носить новинний ознайомлювальний характер.

9. Яка композиційна структура тексту, які стилістичні прийоми використовує автор і як вони характеризують героїв публікації?

Дуже коротке повідомлення, без епітетів і зайвих слів, здатне викликати інтерес випадкового користувача; наявність привабливої картинки.

Героями публікації (якщо «притягати за вуха») являються вчені, які ведуть археологічні пошуки на дні моря. Як вони характеризуються? Відповідь, швидше за все, не в тексті, а є результатом суб'єктивного сприйняття даної інформації: дослідники – відважні цілеспрямовані люди, результат праці яких є закономірністю.

10. Чи є в тексті фактичні помилки?

Скільки завгодно. Суцільні фактичні помилки.

11. Визначте мету, яку переслідує дане інформаційне повідомлення.

Думаю, що метою даного повідомлення є просто розповсюдження інформації.

12. 13.

14. Зробіть висновок, чи можна довіряти цій інформації? Обґрунтуйте свою відповідь, коротко опишіть, на підставі чого ви так вирішили.

Порівняння інформації з даного питання на різних (вище описаних) сайтах в цілому доводить її достовірність (корабель знайдений, місце його знаходження – біля берегів грецького острова Антикітери, в 2015 році дійсно відбулася археологічна експедиція і т.д.).

Але даний сайт довіри не викликає. Аргументи наведені вище.

На мій погляд, слід використовувати інформацію з офіційних сайтів або з сайтів, політика яких відносно якості інформації, що публікується, є більш жорсткою, з залученням компетентних експертів.

На підставі виконаної роботи, пропоную такий **«Свій алгоритм аналізу документа»**:

1. Читання документу, визначення відповідності змісту заявленій темі.
2. Визначення відповідності стилю публікації (науковий, офіційно-діловий, публіцистичний, художній, розмовний).
3. Перевірка фактичної достовірності тексту (пошук аналогічної інформації в Інтернет через пошук в Google за ключовими словами).
4. Аналіз інформації (зіставлення з інформацією в офіційних джерелах).
5. Перевірка інформації з джерел, на які є посилання в публікації.
6. Перевірка достовірності фотографій у статті (за допомогою TinEye.com – дуже зручний, простий у використанні ресурс).
7. Перевірка на антиплагіат.

<http://pv27.blogspot.com/2016/01/4.html>

8.18. Прийоми розвитку критичного мислення

Перелік прийомів:

1. «Питання автору ресурса» – при вивченні запропонованих прикладів Інтернет-ресурсів.
2. «Читання веб-сторінок з маркуванням тексту» – аналіз розрізнених фактів і думок).
3. «Кластер ключових слів (для пошуку)».
4. «Міні-есе» – при роботі над обґрунтуванням достовірності знайдених на Інтернет-ресурсі фактів.
5. «Переконуючі листи» - при роботі над обґрунтуванням достовірності знайдених на інтернет-ресурсі фактів.
6. Таблиця «Знаю-Цікавлюся-Дізнався» – при вивченні прикладів Інтернет-ресурсів, які демонструють небезпеку довіри даними з ресурсу без критичного осмислення.

8.19 План звіту за напрямком курирування

Описати і проаналізувати свою діяльність куратора змісту за обраною темою, описати свій метод роботи куратором змісту і проаналізувати його. Скласти план звіту за своїм напрямком курирування.

8.20 Використання klout.com

Використовуючи klout.com, проаналізувати свій рейтинг, знайти послідовників. Описати враження від сервісу, чи є в ньому цінність для куратора?

Klout – компанія, яка працює в області аналізу соціальних зв'язків і займається вимірюванням ступеня впливу користувачів у соціальних мережах. Аналітика проводиться на основі даних таких соціальних мереж як Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Foursquare, YouTube, Instagram, Tumblr, Blogger, WordPress, Last.fm і Flickr. Klout-рейтинг являє собою число від 1 до 100. Як стверджують самі розробники, рейтинг розраховується виходячи більше ніж з 400 метрик й оновлюється щодня. В основному на рейтинг впливає розмір персональної мережі, кількість опублікованого контенту й те, як інші користувачі взаємодіють з цими публікаціями. Іншими словами, показник тим вищий, чим активніше інші користувачі реагують на Ваші повідомлення.

Відповідно, маючи акаунт на даному сервері можна аналізувати активність користувачів по відношенню до Ваших повідомлень і намагатися нарощувати власну, з метою посилення «впливу».

1) Інфомация про klout.com

- <http://ru.wikipedia.org/wiki/Klout>
- 5 способів збільшення Klout Score - <http://www.cossa.ru/articles/155/21816/>
- Чим цікавий цей сервіс Klout? - <http://www.rusfet.com/2011/12/socialnyj-rejting-klout.html>
- Огляд сервісу Klout - <http://youtu.be/exEXbhuCAQ>

Приклад виконання завдання [82].

8.21 Інструменти куратора змісту

Використовуючи розділ «Інструменти куратора змісту», вибрати один з інструментів, якого, на Ваш погляд, Вам не вистачає, познайомитися з ним і проаналізувати можливості застосування в роботі куратора.

Для виконання завдань рекомендуємо публікації [83,84]

Завдання виконувати за потребою.

8.22 Блоги кураторів змісту 2013-2015 років

8.22.1 2013 рік

1. Игрушка как механизм влияния на развитие личности ребёнка!
<http://kukolkam1.blogspot.com/>
2. Сказки народов России <http://galinakos.blogspot.ru/>

3. Непрерывное образование в условиях информационного общества <http://orlovaes.blogspot.ru/p/blog-page.html>
4. Физика в школе <http://svetlayakharkiv2013.blogspot.com>
5. Электронная книга в библиотеке <http://biblioobzor.blogspot.com/>
6. Использование дистанционных технологий при изучении технических дисциплин <http://berezsvet.blogspot.com/>
7. Методика преподавания медицинской биохимии <http://ershikovsm.blogspot.ru/>
8. Система контроля в дистанционном обучении <http://nataliiaoliinyk.blogspot.com/>
9. Организация виртуального журнального клуба для обучения принципам доказательной медицины <http://ebpjournalclub.blogspot.com/>
10. Менеджмент в образовании: управление в сфере дистанционного обучения <http://ouedudo.blogspot.com/>
11. Электронные таблицы <http://slesarenkotatyana.blogspot.com/>
12. Язык сказки <http://skazka1527.blogspot.ru/>
13. Обзор литературы <http://elfimara.blogspot.com/>
14. Проектная деятельность библиотек <http://kolvanbiblioteka.blogspot.ru/>
15. Библиотеки высших учебных заведений и социальные медиа. <http://drpsklibr.blogspot.com/>
16. Вебинары <http://osenognoeva.blogspot.com/>
17. Электронное обучение <http://nauchiscam.blogspot.ru/>
18. Информационные технологии для анализа качества <http://it-qlsa.blogspot.ru/>
19. Компьютерные сети. <http://comp-sety.blogspot.ru/>
20. Проектирование установки газификации сжиженного природного газа <http://prirodnuyugas.blogspot.com/>
21. Формирование культуры безопасности педагогов и учащихся <http://asmarta01.blogspot.com/>
22. Управление персоналом <http://valuemanagers.blogspot.com>
23. Мониторинг показателей качества в вузе <http://bogd1245.blogspot.ru/>
24. Тема курирования – тепловые насосы <http://maliarenko.blogspot.com>
25. «Жан Мёбиус Жиро», французский художник <http://manabozho.blogspot.com/>
26. Использование ИКТ технологий помогающих в подготовке к уроку, активизации работы учащегося до урока и в во время его. <http://new-urok.blogspot.ru/>
27. Дистанционное обучение <http://distancionnyekursy.blogspot.com>
28. Администрирование MOODLE <http://plekharkiv.blogspot.com,>
29. Мастерство презентации <http://prezi5.blogspot.ru/>
30. Мобильное обучение <http://bugaychuk.blogspot.com/>

31. Поиск контента различной психологической и педагогической тематики. <http://ecovitainfo.blogspot.com/>
32. Организация маркетинговых коммуникаций логистической компании на основе использования современных ICT <http://spiderwebofeducation.blogspot.com/>
33. Дистанційне навчання <http://literaturayaksvoboda.blogspot.com/>
34. Профессия тьютор <http://tjutor.blogspot.com/>
35. Современные педагогические технологии <http://moockamalovrr.blogspot.ru/>
36. Современные тенденции в образовательном процессе <http://krotenkolp.blogspot.ru>
37. Открытые образовательные ресурсы <http://world-free-elearning.blogspot.com/>
38. Web-дизайн <http://rabamaster.blogspot.com/>
39. Открытые образовательные ресурсы <http://fokinatn.blogspot.ru/>
40. Основы компьютерной верстки <http://leonidoffich.blogspot.com/>
41. Инструменты электронного обучения. <http://v-davydov.blogspot.com/>
42. Курирование контента сообщества e-learningPRO, <http://e-lpro.blogspot.com/>
43. Групповая работа в ДО <http://groups-godunova.blogspot.com/>
44. Информационное сопровождение сетевого проекта «ВикиСибиряДа» <http://kotbibliofil.blogspot.ru/>
45. Свободное программное обеспечение в образовании <http://opensedu.blogspot.com/>
46. Дистанционные технологии <http://distechnology.blogspot.ru/>
47. Сетевые учебно-методические и информационные комплексы <http://symik.blogspot.ru/> <http://kurkont.blogspot.ru/>

8.22.2 2014 рік

1. Инновации в высшем образовании: интерактивные учебно-методические комплексы и виртуальные пространства <http://inovationeducation.blogspot.com/>
2. Lingva Latina <http://tetyanateacher.blogspot.com>
3. Бесплатное программное обеспечение для библиотек <http://freesoft4lib.blogspot.com/>
4. Веб-технології для бібліотек: нові можливості розвитку чи загроза існування <http://weblibrary-university.blogspot.com/>
5. Теплообменный аппарат установки охлаждения жидкости <http://tkhramchenko.blogspot.com/>
6. Утилизаторы энергии вентиляционных установок. <http://ecospending.blogspot.com/>
7. Творчество. Handmate. Творцы прекрасного <http://sbokybant.blogspot.com/>
8. Рукоделие <http://handmade-pokrovskaya.blogspot.com/>

9. Совместимость в психологии и астрологии <https://psychoastrosinastrya.blogspot.com>
10. Возрастная астропсихология <http://ageastropsychology.blogspot.com>
11. История библиотечного дела в Украине <http://biblhistory.blogspot.com/>
12. Чтение в современном обществе <http://sobolchtenie.blogspot.com/>
13. Контент менеджмент <http://annageyko.blogspot.com/>
14. Публикационный профиль университета <http://publicprofilediit.blogspot.com/>
15. Патентование разработок в области медицины и биологии <http://zavnatpatent.blogspot.com/>
16. Великие библиотекари человечества <http://greatbiibliotekari.blogspot.com/>
17. Дистанционное обучение школьников <http://elektrosnabgenie.blogspot.com/>
18. Натуральная косметика своими руками <http://cosmeticswiththeirhands.blogspot.com/>
19. Дистанционные технологии <http://dysspf.blogspot.com>
20. Имидж современных библиотек <http://otcheot.blogspot.com/>
21. Информационные технологии в библиотечном деле <http://esaveleva.blogspot.com/>
22. Педагогическая культура современного преподавателя <http://ntverdokhlebova.blogspot.com/>
23. Украинские традиции <http://sovershenstvo2014.blogspot.com/>
24. Современная культура и ее влияние на нас <http://alenapv.blogspot.com/>
25. Путешествия забытыми местами... или Пикник у обочины. <http://professional1961.blogspot.com/>
26. Исследования влияния примесей масла в хладоагенте на теплообменный процесс в испарителе <http://olenichstanislav.blogspot.com/>
27. Скороморозильный аппарат – гарантия качества продукции <http://shockfrost.blogspot.com/>
28. Энерго-ресурсосберегающие системы <http://sklyarovd.blogspot.com/>

8.22.3 2015 рік

1. Технические новинки в библиотеке <http://ola-mishina.blogspot.com/>
2. Використання цифрових технологій для навчання та розвитку дітей молодшого віку <http://mamafest21.blogspot.com/>
3. Использование информационных технологий для изучения проблем детского чтения <http://detskoechtenie.blogspot.com/>
4. E-learning: формирование образовательного пространства <http://curator-content2015.blogspot.com/>

5. Наукова комунікація <http://evminav.blogspot.com/>
6. Організація роботи бібліотеки щодо впровадження ІКТ у навчально-виховний процес <http://bibliotekacoledg.blogspot.com/>
7. Бібліотечний репозитарій <http://bibliorepository.blogspot.com/>
8. Наукоїд. Наукоед <http://darmoedka.blogspot.com/>
9. Позитивний імідж бібліотеки <http://bystrovalibrary.blogspot.com/>
10. Информационная культура пользователей библиотеки <http://bibliostudentka.blogspot.com/>
11. Реклама и привлекательность современной библиотеки <http://biblionovosti2015.blogspot.com/>
12. Библиотека вуза в медиапространстве <http://s-lukyanchuk.blogspot.com/>
13. Реклама та імідж бібліотеки <http://lisibrti.blogspot.com/>
14. Використання інформаційних технологій для залучення молодіжної аудиторії в бібліотеку <http://vishnya2.blogspot.com>
15. Електронне навчання <http://kurator4.blogspot.com/>
16. Информационные технологии в библиотеке <http://it-libraryhneu.blogspot.com/>
17. Превентивне виховання http://pv27.blogspot.com/2016/01/4_21.html

ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА

1. Steven Rosenbaum. Content Curators Are The New Superheros Of The Web – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fastcompany.com/1834177/content-curators-are-new-superheros-web>
2. Steven Rosenbaum. The Coming Age of the Curation Economy: Building Context Around Content Oct 7, 2013, – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thevideoink.com/features/voices/the-coming-age-of-the-curation-economy-building-context-around-content/>
3. Leo Dirr. How to out curate your competitors October 4, 2012 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ragan.com/Main/Articles/How to out curate your competitors 45613.aspx](http://www.ragan.com/Main/Articles/How%20to%20out%20curate%20your%20competitors%2045613.aspx)
4. Luigi Canali De Rossi (Robin Goog). Real-Time News Curation, Newsmastering And Newsradars – The Complete Guide Part 1: Why We Need It – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.masternewmedia.org/real-time-news-curation-newsmastering-and-newsradars-the-complete-guide-part-1/>
5. Tatiana Aders. Content Curation: Interview with Robert Scoble. October 01, 2013 - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socialmediatoday.com/tatiana-aders/1783216/robert-scoble-content-curation-interview>
6. David Kelly. Is Content Curation in Your Skill Set ? It Should Be. Learning Solutions Magazine - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.learningsolutionsmag.com/articles/1037/is-content-curation-in-your-skill-set-it-should-be>
7. Heidi Cohen. Content Curation: 19 Definitions. June 3, 2013 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://heidicohen.com/content-curation-19-definitions/>
8. Michael Cohn. Building Online Influence With Content Curation. | Social Media Today. October 04, 2012 – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://socialmediatoday.com/compukol/866976/building-online-influence-content-curation>
9. Content Curation Fundamentals, Part 1 of a Series «Blogger Network – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.contentcurationmarketing.com/content-curation-fundamentals/>
10. Eugene Farber. Content Curation: The Ultimate Guide – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.buzzergy.com/content-curation-guide/>
11. Nancy White Understanding Content Curation. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://d20innovation.d20blogs.org/2012/07/07/understanding-content-curation/>

12. Марианна Коченгина На защите детства. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kukolkam1.blogspot.com/>
13. Beth Kanter. 7 smart techniques for content curation. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.socialbrite.org/2012/08/15/7-smart-techniques-for-content-curation>
14. Luigi Canali De Rossi (Robin Goog). Why Curation Will Transform Education and Learning: 10 Key. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.masternewmedia.org/curation-for-education-and-learning>
15. Richard Vedder. For Many, College Isn't Worth It. January 20, 2011. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.insidehighered.com/views/2011/01/20/vedder_going_to_college_isn_t_a_smart_decision_for_many_young_people
16. Eric Savitz. 4 Reasons Why Content Curation Has Gone Mainstream. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.forbes.com/sites/ciocentral/2012/06/04/4-reasons-why-content-curation-has-gone-mainstream/#28696b4e2399>
17. Greg Bardwellon Why is Curation Such a Hot Topic? Sep 19, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://saturnsocial.com/2012/09/19/why-is-curation-such-a-hot-topic/>
18. Liz Wilson. Why content curator is not editor. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://community.paper.li/2012/03/07/why-a-content-curator-is-not-an-editor/>
19. John Trader How to be a Content Curation Intellectual Thief SEPTEMBER 17, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://prbreakfastclub.com/2012/09/17/how-to-be-a-content-curation-intellectual-thief/#.VzBBWvmLTIU>
20. Steve Buttry. Curation techniques, types and tips. July 19, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stevebuttry.wordpress.com/2012/07/19/curation-techniques-types-and-tips/>
21. Luigi Canali De Rossi (Robin Goog). Real-Time News Curation – The Complete Guide Part 2: Aggregation Is Not Curation. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.masternewmedia.org/real-time-news-curation-the-complete-guide-part-2-aggregation-is-not-curation/>
22. Дмитрий Карнаухов. Семь навыков, которые помогут не утонуть в океане информации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://interesno.co/myself/b16a08e1c43d>
23. Luigi Canali De Rossi (Robin Goog). Real-Time News Curation - The Complete Guide Part 5: The Curator Attributes And Skills . - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.masternewmedia.org/real-time-news-curation-the-complete-guide-part-5-the-curator-attributes-and-skills/>
24. Nancy White. Content Curation Can Help Education System Breed Future Workskills. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- <http://d20innovation.d20blogs.org/2012/07/27/developing-future-workskills-through-content-curation/>
25. Beth Kanter. Good Curation VS Bad Curation. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bethkanter.org/good-curation-vs-bad-curation/>
 26. Lindsey Weintraub. What Makes a Good Content Curator? February 14, 2013. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://socialmediatoday.com/parkerwhite/1236016/what-makes-good-content-curator#>
 27. How to Curate Online Content Without Stealing – First Communication Job Content Curation Marketin... – Электронный ресурс – Режим доступа: <http://firstcommunicationjob.wordpress.com/2012/11/02/how-to-curate-online-content-without-stealing/>
 28. Scott Scanlon. Is Content Curation an Ethical Content Strategy? - the Curation Traffic Blog. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://curationtraffic.com/content-curation-commentary/is-content-curation-an-ethical-content-strategy/>
 29. Scott Wilson Future VLE: The Visual Version. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: Wilson Scott. <http://www.cetis.ac.uk/members/scott/blogview?entry=20050125170206>
 30. Siemens George PLEs – I Acronym, Therefore I Exist. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elearnspace.org/blog/2007/04/15/ples-i-acronym-therefore-i-exist>
 31. Things you should know about PLE's. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://net.educause.edu/ir/library/pdf/ELI7049.pdf>
 32. Attwell Graham PLE and Vygotsky. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pontydysgu.org/2010/04/personal-learning-environments-and-vygotsky>
 33. The Future of E-Learning is Crowdsourcing. Online Universities. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.onlineuniversities.com/blog/2011/11/the-future-of-e-learning-is-crowdsourcing>
 34. Clifford Miriam 20 Tips for Creating a Professional Learning Network. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gettingsmart.com/cms/blog/2013/01/20-tips-for-creating-a-professional-learning-network>
 35. Chuck Frey. How to cultivate a personal learning network: Tips from Howard Rheingold. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mindmappingsoftwareblog.com/personal-learning-network/>
 36. Couros, A. (2010). Developing Personal Learning Networks for Open & Social Learning. In Veletsianos, G. (Ed). Emerging Technologies in Distance Education. Edmonton: Athabasca University Press. Retrieved from. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

- http://www.aupress.ca/books/120177/ebook/06_Veletsianos_2010-Emerging_Technologies_in_Distance_Education.pdf
37. Андреев О.О., Бугайчук К.Л., Каліненко Н.О., Колгатін О.Г., Кухаренко В.М., Люлькун Н.А., Ляхоцька Л.Л., Сиротенко Н.Г., Твердохлебова Н.Є. Педагогічні аспекти відкритого дистанційного навчання. За ред. Андреева О.О., Кухаренка В.М. – Харків.: ХНАДУ, 2013. – 212 с.
 38. History of Learning Objects (LOs). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<http://www.designbydi.com/UCD/LO/history.cfm?fuseaction=history>
 39. Wiley David 10 years of open content. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/iCommonsiSummit08/open-content-the-first-decade-by-david-wiley-presentation>
 40. Defining the «Open» in Open Content. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://opencontent.org/definition>
 41. Suber Peter Open Access [Електронний ресурс] / Peter Suber. MIT Press, June 2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://cyber.law.harvard.edu/hoap/Open_Access_\(the_book\)](http://cyber.law.harvard.edu/hoap/Open_Access_(the_book))
 42. Peter Suber Open Access Overview: Focusing on open access to peer-reviewed research articles and their preprints [Електронний ресурс] / Suber Peter. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.earlham.edu/~peters/fos/overview.htm>
 43. Forum on the Impact of Open Courseware for Higher Education in Developing Countries: Final report. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001285/128515e.pdf>, с. 24
 44. Всемирная конференция по высшему образованию. Итоговое коммюнике ЮНЕСКО, Париж, 2009. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001832/183277r.pdf>, с. 4-6
 45. Guidelines for Open Educational Resources (OER) in Higher Education COL, UNESCO (November 2011). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.col.org/resources/publications/Pages/detail.aspx?PID=364>, с. 5
 46. Butcher Neil, Kanwar Asha, Uvalić-Trumbić Stamenka A Basic Guide to Open Educational Resources (OER). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.col.org/resources/publications/Pages/detail.aspx?PID=357>, с.
 47. Глобальные тенденции в развитии и использовании открытых образовательных ресурсов и их роль в реформе образования. Аналитическая записка Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.iite.unesco.org/publications/themes/oer>

- 48.Руководящие принципы Содружества обучения и ЮНЕСКО. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002112/211273r.pdf>
- 49.Парижская декларация по открытым образовательным ресурсам Всемирный конгресс по открытым образовательным ресурсам, Париж, 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/Russian_Paris_OER_Declaration.pdf
- 50.Открытые образовательные ресурсы и права интеллектуальной собственности: Аналитическая записка Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2011. – [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://ru.iite.unesco.org/publications/themes/oer>
- 51.О лицензиях Creative Commons [Электронный ресурс] / Официальный сайт Creative Commons. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://creativecommons.org/licenses>
52. George Siemens. MOOCs are really a platform: – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.elearnspace.org/blog/2012/07/25/moocs-are-really-a-platform>
- 53.Jane Hart. The Top 100 Tools for Learning 2013 List: It. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://c4lpt.co.uk/top100tools>
- 54.Wheeler Steve. Seven reasons teachers should blog: It. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://steve-wheeler.blogspot.com/2011/07/seven-reasons-teachers-should-blog.html>
- 55.Christopher Pappas. The most influential eLearning Professionals on Twitter It. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearningindustry.com/top10-influential-elearning-professionals-twitter-ff-2012>
- 56.Jeremy Dean. Twitter: 10 Psychological Insights It . - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spring.org.uk/2010/08/twitter-10-psychological-insights.php>
- 57.Christopher Pappas. List of eLearning Twitter Hashtags It. - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://elearningindustry.com/list-of-elearning-twitter-hashtags-being-used-right-now>
- 58.Jeremy Dean. Twitter: 7 Highly Effective Habits. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.spring.org.uk/2013/02/twitter-7-highly-effective-habits.php>
- 59.Мільнер Анатолій Pinterest. Путівник для російськомовних користувачів (з скріншот) It . - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.amilner.com/2012/04/10/pinterest-guide-for-russian-user/>
- 60.Beth Kanter. Content Curation Primer. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bethkanter.org/content-curation-101/>
61. Donald Clark Ikujiro Nonaka & Hirotaka Takeuk - The Knowledge Spiral – 1995. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nwlink.com/~donclark/history_knowledge/nonaka.html

62. Нежданов І.Ю. Введення в аналіз текстової інформації. . - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ci-razvedka.ru/vvedenie_v_analiz_textov.html
63. Leo Dirr How to out curate your competitors | Articles | Main. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ragan.com/Main/Articles/How to out curate your competitors_45613.aspx](http://www.ragan.com/Main/Articles/How_to_out_curate_your_competitors_45613.aspx)
64. Luigi Canali De Rossi (Robin Goog). The Expanding Universe of Curated Content Delivery Formats. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.masternewmedia.org/curated-content-delivery-formats-beyond-news-portals-and-magazines/>
65. Реферирование документов // Аналитико-синтетическая переработка информации [Текст] : учебник / Л. Б. Зупарова, Т. А. Зайцева. – М. : ФАИР, 2008. — Гл. 11. С. 364-378 . - [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://library.kpi.kharkov.ua/OBR_referat.pdf
66. Luigi Canali De Rossi (Robin Goog). Real-Time News Curation - The Complete Guide Part 4: Process, Key Tasks, Workflow. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.masternewmedia.org/real-time-news-curation-the-complete-guide-part-4-process-key-tasks-workflow/>
67. Якушина Е.В. Медиа образование. Как проверить достоверность информации в Интернете?. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mic.org.ru/index.php/new/215-mediaobrazovanie-kak-proverit-dostovernost-informatsii-v-internete>
68. Готсданкер Алексей. Какие идеи получают массовое распространение? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://echo.msk.ru/blog/nemax/1268456-echo/>
69. Шперх Анатолий. Анализ достоверности информации, полученной из Интернета. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/shperk/ss-34721740?ref=http://www.scoop.it/t/ukr-content-curator?page=6>
70. Evaluating Web Resources. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://libguides.library.ncat.edu/content.php?pid=53820&sid=394505>
71. Дэвид Клустер. Что такое критическое мышление? – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://testolog.narod.ru/Other15.html>
72. Christopher Pappas. The most influential eLearning Professionals on Twitter. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elearningindustry.com/top10-influential-elearning-professionals-twitter-ff-2012>
73. Гуцин А. Эффективное дистанционное обучение. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gan1954.blogspot.com/2013/10/blog-post_7350.html
74. Бугайчук К.Л. Курирование контента (Неделя № 2. Задания 1 и 2). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bugaychuk.blogspot.com/2013/03/2-1-2.html>

75. Бугайчук К.Л. Курирование контента (Неделя №3. Задания: «карта памяти» «видео» «итоги за неделю»). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bugaychuk.blogspot.com/2013/04/3.html>
76. 13 онлайн-инструментов для проверки подлинности фотоконтента . - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://oblako-media.ru/novosti/13-onlayn-instrumentov-dlya-proverki-podlinnosti-fotokontenta/>
77. Як знайти людину в Мережі за адресою електронної пошти. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lifehacker.ru/2014/06/13/kak-najti-cheloveka-v-seti-po-adresu-elektronnoj-pochty/>
78. Харрис Р. Психология массовых коммуникаций. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/harr/07.php
79. 6 способів відрізнити новина від фальшивки. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravmir.ru/kak-chitat-novosti/>
80. Як розпізнати фейк. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pravda.com.ua/articles/2014/06/2/7027779/>
81. Колесник Е. КС 4. Неделя шестая. Оценка достоверности информации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pv27.blogspot.com/2016/01/4.html>
82. Бугайчук К.Л. Курирование контента (Неделя № 5. Сервис «Klout»). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bugaychuk.blogspot.com/2013/04/5-klout.html>
83. Бугайчук К.Л. Курирование контента (Неделя № 6. Сервис Pulse. ПК версия). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bugaychuk.blogspot.com/2013/04/6-pulse.html>
84. Бугайчук К.Л. Курирование контента (Неделя № 6. Сервис Pulse. Android версия). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bugaychuk.blogspot.com/2013/04/6-pulse-android.html>

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. КУРАТОР ЗМІСТУ. ВИЗНАЧЕННЯ.....	6
1.1 Куратор змісту.....	6
1.2 Кроки куратора змісту.....	9
1.3. П'ять законів курирування.....	10
1.4. Колекціонування або Курирування?.....	10
1.5. Типи курирування.....	11
1.6 Переваги курирування змісту.....	11
1.7. Курирування – інструмент пошукової оптимізації.....	15
Контрольні питання.....	15
2. ХАРАКТЕРИСТИКА І КОМПЕТЕНЦІЇ КУРАТОРА.....	16
2.1 Функції куратора змісту.....	16
2.2 Основні вміння та навички куратора.....	17
2.3 Ефективність курирування.....	22
2.4. Етика куратора.....	23
Контрольні питання.....	24
3. ПОШУК В ЕЛЕКТРОННІЙ БІБЛІОТЕЦІ.....	25
3.1 Пошукові системи загального призначення (універсальні).....	26
3.1.1 Основні критерії якості роботи пошукової системи.....	27
3.1.2 Усі пошукові системи гарні – вибирай на смак.....	27
3.2 Спеціалізовані пошукові системи.....	30
3.3 Електронний каталог як частина довідково-пошукового апарата бібліотеки.....	34
3.3.1 Електронний каталог наукової бібліотеки НТУ«ХП».....	35
3.3.2 Основні види пошуку в електронному каталозі НБ НТУ«ХП».....	37
3.3.3 Професійний пошук.....	40
3.3.4 Пошук за словниками.....	41
3.3.5 Спрощений режим пошуку.....	42
3.3.6 Робота з результатами пошуку.....	42
3.4 Продукти сімейства Google.....	43
3.4.1 Пошук у Google.....	45
3.4.2 Пошук зображень.....	48
3.4.3 Історія веб-пошуку.....	48
3.4.4 Google Книги.....	49
3.4.5 Google Академія.....	51
3.4.6 Бібліографічні посилання Google Академії.....	53
3.4.7 Google Patents.....	54
3.4.8 Google Перекладач.....	55
3.5 Джерела інформації.....	56
3.5.1 Постачальники інформації.....	56
3.5.2 Закриті ресурси.....	57
3.5.3 Гібридні ресурси.....	58
3.5.4 Відкриті ресурси.....	61

Контрольні питання.....	65
4. ПОШУК У НАУКОВИХ ВИДАННЯХ.....	66
4.1 Колекції ресурсів і систем для пошуку інформації.....	66
4.2. Наукометричні дослідження.....	69
4.3 «Ядро» світових наукових періодичних видань та науко метричні індекси (Web of science (Wos), Scopus.....	70
4.3.1 Web of Science.....	71
4.3.2 Scopus.....	74
4.3.3 Про SJR?.....	77
4.3.4 Про Source-Normalized Impact per Paper (SNIP).....	78
4.4. Метрики автора.....	78
4.5. Глобальні ідентифікатори.....	81
4.5.1 Авторські ідентифікатори Author ID.....	82
4.5.2 Альтернативні метрики.....	84
4.5.3 Endnote Online.....	90
4.6 Додаткова інформація за темою 3 та 4 розділів.....	94
Контрольні питання.....	95
5. ПЕРСОНАЛЬНЕ НАВЧАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ПЕРСОНАЛЬНА НАВЧАЛЬНА МЕРЕЖА КУРАТОРА.....	96
5.1. Персональне навчальне середовище.....	96
5.2 Персональна навчальна мережа.....	97
5.3 Стратегія розробки персональної навчальної мережі.....	101
5.4 Відкриті освітні ресурси.....	102
5.5 Ліцензія Creative Commons.....	105
5.6 Базові сервіси куратора змісту.....	108
5.6.1 Блогосфера.....	108
5.6.2 Twitter.....	108
5.6.3 Paper.li.....	110
5.6.4 RebelMouse.....	111
5.6.5 Scoop.it.....	111
5.6.6 Pinterest.....	111
5.6.7 Diigo.....	111
5.6.8 Evernote.....	112
5.6.9 Netvibes.....	113
5.7 Інструменти куратора змісту.....	113
Контрольні питання.....	115
6. МЕТОДИ РОБОТИ КУРАТОРА ЗМІСТУ.....	116
6.1 Цикл роботи куратора змісту.....	116
6.2 Визначення мети при курируванні змісту.....	117
6.3 Побудова гіпотези.....	118
6.4 Стратегія і тактика курирування.....	119
6.5 Методики згортання інформації.....	121
6.5.1 Тези.....	121
6.5.2 Конспекти.....	123

6.5.3 Реферати.....	123
6.6 Порядок роботи куратора.....	125
Контрольні питання.....	126
7. ОЦІНКА ДОСТОВІРНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ.....	127
7.1 Якісні закони інформації.....	127
7.2 Методи вивчення інформації.....	128
7.3 Специфіка роботи з інформацією.....	132
7.4 Найпростіші прийоми оцінки достовірності інформації.....	132
7.5 Критерії якості інформації.....	134
7.6 Навички аналізу достовірності.....	134
7.7 Критичне мислення.....	135
Контрольні питання.....	136
8. ПРАКТИКА.....	137
8.1 Блог про направлення курування.....	137
8.2 Робота з Twitter.....	137
8.3 Створення газети Paper.li.....	138
8.4 Я – куратор змісту.....	138
8.5 Відкриті освітні ресурси та курування.....	138
8.6 Використання Scoop.it і rebelmouse.com для курування змісту.....	139
8.7 Робота с Evernote.....	139
8.8 Робота з DIIIGO.....	139
8.9 Робота з бібліотечними ресурсами.....	139
8.10 Робота з журналами, що входять до наукометричних баз даних.....	140
8.11 Моє персональне навчальне середовище.....	144
8.12 Pinterest для куратора змісту.....	145
8.13 Агрегатор Netvibes – методи застосування.....	145
8.14 Відеофрагмент напрямку курирування.....	145
8.15 Перевірка справжності фотоконтента.....	145
8.16 Аналіз інформаційних повідомлень.....	147
8.17 Приклад виконання роботи з визначення достовірності інформації..	148
8.18. Прийоми розвитку критичного мислення.....	152
8.19 План звіту по напрямку курирування.....	153
8.20 Використання klout.com.....	153
8.21 Інструменти куратора змісту.....	153
8.22 Блоги кураторів змісту 2013-2015 років.....	153
8.22.1 2013 рік.....	153
8.22.2 2014 рік.....	155
8.22.3 2015 рік.....	156
ВИКОРИСТАНІ ДЖЕРЕЛА.....	158
ЗМІСТ.....	165

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Для нотаток

Навчальне видання

**Кухаренко Володимир Миколайович,
Главчева Юлія Миколаївна,
Рибалко Олена Володимирівна**

Куратор змісту
Навчально-методичний посібник
для студентів усіх спеціальностей

За загальною редакцією **Кухаренка** Володимира Миколайовича

Роботу до видання рекомендувала Гапochenко С.Д.

Редактор В.В. Бондаренко

План 2016 р., поз. 66.

Підп. до друку 29.06.2016 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний.
Гарнітура Таймс. Ум. др. арк. 9,9. Наклад 400 прим. Зам. № 255.

Видавничий центр НТУ «ХПІ». 61002, Харків, вул. Фрунзе, 21
Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 3657 від 24.12.2009 р.

КП «Міська друкарня»
м. Харків, 61002, вул. Алчевських, 44.
Свідоцтво про державну реєстрацію
серія ДК, № 3613, від 29.10.2009 р.

