



государственное бюджетное учреждение
дополнительного профессионального образования Самарской области
«Новокуйбышевский ресурсный центр»

□ 446200 Самарская область, □ (84635)6-67-37
г.о. Новокуйбышевск, □ dpo_rc_nkb@samara.edu.ru
ул. Суворова, д. 20 □ <http://www.rc-nsk.ru>

Отдел информационных технологий

**Методические рекомендации
для работников ИБЦ
образовательных организаций**

***«Деятельность школьной
библиотеки / Школьного
информационно-библиотечного
центра в условиях дистанционного
обучения»***

**г.о. Новокуйбышевск
2021 год**

Утверждено решением Научно-методического совета
ГБУ ДПО «Новокуйбышевский РЦ»

Составитель: Сиркиз Е.В. – ст. методист отдела информационных технологий ГБУ ДПО «Новокуйбышевский РЦ»

Редактор: Евдокимова Е.Н., заместитель директора ГБУ ДПО «Новокуйбышевский РЦ»

Рецензенты: Нестерова С.А., руководитель отдела информационных технологий ГБУ ДПО «Новокуйбышевский РЦ»;
Семенова О.И., руководитель отдела образовательной статистики ГБУ ДПО «Новокуйбышевский РЦ»

«Деятельность школьной библиотеки / Школьного информационно-библиотечного центра в условиях дистанционного обучения»:
Методические рекомендации для работников ИБЦ образовательных организаций. – г.о. Новокуйбышевск, 2021 г. – с.51

Методические рекомендации помогут организовать деятельность школьной библиотеки / Школьного информационно-библиотечного центра (ШИБЦ) в условиях перехода школы на дистанционное обучение, научат применять сервисы и инструменты Интернета, использовать социальные сети, сервисы и инструменты Интернета в работе с пользователями ШБ/ ШИБЦ.
Предназначены методистам, работникам школьных ШБ/ ШИБЦ.

Оглавление

Пояснительная записка.....	3
Основы организации деятельности школьной библиотеки /Школьного информационно-библиотечного центра при переходе образовательной организации на дистанционное обучение.....	5
Ресурсы и инструменты Интернета в обеспечении учебной деятельности образовательной организации (Zoom).....	8
Виртуальные выставки Школьного ИБЦ	20
Обзор сервисов Веб 2.0 для создания виртуальных выставок	22
Сетевые активности школьных ИБЦ. Социальные сети Интернета.....	23
Социальные сети Интернета. Общие принципы построения	34
Контент социальных сетей: рекомендации специалистов	37
Социальная сеть ВКонтакте.....	38
Создание своего аккаунта в ВКонтакте	39
Как создать паблик (публичную страницу) в социальной сети ВКонтакте.....	43
Как создать группу в социальной сети ВКонтакте	46
Заключение	50
Список используемых источников.....	50

Пояснительная записка

События 2020 года, связанные с распространением пандемии, позволяют по-другому посмотреть на возможности дистанционного обслуживания пользователей библиотек всех видов. В том числе, школьных библиотек и Школьных ИБЦ.

В последние годы работники школьных библиотек и Школьных информационно-библиотечных центров успешно используют сервисы и инструменты Интернет в организации деятельности. Многие школьные библиотеки используют в своей работе блоги и сайты. Но сейчас этого становится мало. Нужны более оперативные средства предоставления информации и доступа к качественным информационным ресурсам.

И если раньше виртуальные представительства библиотек использовались, в основном, как средство позиционирования, то теперь настало время придать им статус навигаторов в потоке информации, информационных ресурсов, электронных библиотек. С их помощью необходимо организовывать информационно-образовательную среду обучения, внеурочной работы, обслуживания пользователей. Для этого желательно создать систему виртуальных представительств библиотеки в сети Интернет.

Таковыми оперативными инструментами в помощь организации урочной и внеурочной деятельности могут стать социальные сети. Работник ШИБЦ должен уметь организовывать мини-образовательную среду, используя доступные сервисы и инструменты Интернета. Делать подборки ссылок на материалы по предметам (на публикации по вопросам, вызывающим затруднения в прохождении той или иной темы, дополнительные материалы по предмету, видео, аудио и фото-материалы). Ссылки на электронные библиотеки (НЭБ, ДНЭБ, ЛитРес и т.д.), на сайты издательств учебной литературы с электронными учебниками, образовательные платформы, рекомендованные Минпросвещения России в период перехода на дистанционную форму обучения.

Все это поможет легче осваивать материалы самостоятельно не только ученикам, но и родителям учеников ориентироваться в новом для них формате обучения. А также будет являться помощью учителю в подготовке материала для занятий по предмету. Поможет выстроить траекторию построения дистанционной образовательной среды.

Основы организации деятельности школьной библиотеки /Школьного информационно-библиотечного центра при переходе образовательной организации на дистанционное обучение

Жизнь всего мира в 2020 году изменил новый коронавирус Covid-19. Из-за высокой скорости его распространения власти многих стран были вынуждены ввести ограничительные меры. Первыми под «раздачу» попали учреждения, работа которых связана с массовым посещением граждан. Библиотеки не стали исключением — их деятельность прекратили в числе первых.

Посмотрим правде в глаза: удалёнка — неминуемое изобретение XXI века. Существует множество задач, успешно справляться с которыми можно из любой точки планеты — приезжать в офис не обязательно. Это приятно сотрудникам: не нужно тратить время на сборы и дорогу, можно сотрудничать с компанией, расположенной где угодно. Это выгодно для работодателя: можно сэкономить на оснащении офиса, найти более квалифицированный персонал из других городов, но не тратить на их переезд.

Многие компании избегали удалёнки не из-за необходимости присутствия в офисе, а по привычке и из-за страхов. Вдруг сотрудники станут менее эффективными, если руководство перестанет их контролировать напрямую? А может это приведёт к утечке данных? Тем не менее немало компаний работают дистанционно и делают это успешно.

Пандемия лишь ускорит процесс перехода на удалёнку, станет трамплином для этого. Сейчас все, кто могут, поставят над собой вынужденный эксперимент и проверят, может ли организация существовать в дистанционном режиме. Многие с удивлением ответят на этот вопрос: «Да».

Прежде всего, надо понимать, какие обязанности могут выполняться дистанционно, а какие — нет, и возможно ли компенсировать то, что не получится делать из дома. Скажем, для библиотеки личное взаимодействие с посетителями — один из ключевых форматов работы. Это не только выдача литературы, но и лекции, презентации, мастер-классы. В условиях карантина многие библиотеки мгновенно сориентировались и начали проводить мероприятия удалённо. А непосредственную работу с пользователями перевели в Сеть. Например, в Российской государственной библиотеке виртуальная справочная служба стала работать дольше. При этом усилена работа в части информирования посетителей об интересных материалах учреждения, с которыми можно ознакомиться через Интернет.

Впрочем, взаимодействовать с пользователями дистанционно можно было и ранее, так как все мощности для этого уже существовали. Об электронном комплектовании библиотек «ЛибИнформ» уже подробно [писалось](#). Сейчас существует масса сервисов, которые позволяют выдавать читателям необходимые книги без личного визита. Для художественной литературы это «Литрес: библиотека» и Global F5, для образовательной — электронные библиотечные системы.

Следующий шаг — выбор инструментов для взаимодействия и обмена документами. Много зависит от того, пересылаете ли вы что-то секретное. Например, для общения в режиме конференции существует крайне удобный сервис Zoom, но у него есть [проблемы](#) с безопасностью. Следовательно, конфиденциальные сведения лучше сообщать по-другому. Но в целом есть множество сервисов для конференций, мессенджеров — обычных и корпоративных, систем управления проектами. Многие из них бесплатные.

Что может делать школьный библиотекарь во время дистанционного обучения школьников?

1. Информировать педагогов об образовательных онлайн-платформах предоставляющих бесплатный доступ к образовательному контенту. Список данных ресурсов непрерывно растёт.

[«Российская электронная школа»](#)

[«Московская электронная школа»](#)

[портал «Билет в будущее»](#)
[«ЯндексУчебник»](#)
[«ЯКласс»](#)
[«Учи.ру»](#)
[издательство «Просвещение»](#)
[Корпорация "Российский учебник"](#)
[«Маркетплейс образовательных услуг»](#)
[«Фоксфорд»](#)
[InternetUrok.ru](#)
[Онлайн-школа Skyeng](#)
[«Моя школа в online»](#)

2. Предложить подборку видеоуроков по основным школьным предметам. Учитель имеет возможность использовать их в образовательном процессе. С помощью этих видеоуроков учитель может организовать обучение по модели "Перевернутый класс" или предложить ученику самостоятельно изучить пропущенный в школе урок. Использование видеоуроков особенно актуально при объяснении нового материала, когда школьному учителю трудно ограничиться традиционными средствами передачи знаний учащемуся.

[1 Видеокolleкции по различным предметам](#)

[2 Предметные видеоканалы](#)

[2.1 Начальные классы](#)

[2.2 Математика](#)

[2.3 Информатика](#)

[2.4 Физика](#)

[2.5 Химия](#)

[2.6 Биология](#)

[2.7 География](#)

[2.8 Русский язык, литература](#)

[2.9 История, обществознание](#)

[2.10 Иностранные языки \(английский\)](#)

[2.11 ИЗО](#)

[3.3 АНЯТИЯ по ДОПОЛНИТЕЛЬНОМУ ОБРАЗОВАНИЮ](#)

3. Подключить школьную библиотеку (если еще это не сделали) к электронной библиотеке [ЛитРес: школа](#) и предоставить доступ школьникам и педагогам (разместить ссылку на сайте ОО, распространить информацию через классных руководителей)

4. Предоставлять пользователям школьной библиотеки полезную информацию на своих сайтах, блогах, в социальных сетях (Facebook, Instagram, YouTube, ВКонтакте и других), мессенджерах (WhatsApp, Telegram, Viber и других).

Например, так как в блоге ["Разноцветный мир"](#). За первый месяц пандемии, с помощью блога, проведена "Неделя детской книги-онлайн", "Библионочь-2020", виртуальные экскурсии в Музей оружия и на Куликово поле, Турнир знатоков книг, День экологических знаний, День космонавтики, День здоровья, День детской книги, встреча с писательницей Татьяной Рик.

5. Создавать для читателей различные информационные продукты:

Например, виртуальные выставки, которые служат средством наглядной демонстрации библиотечного фонда.

Существуют различные способы демонстрации виртуальных выставок, назову несколько:

- Можно просто написать статью о подобранных книгах, с обложками книг, цитатами, кратким содержанием, рассказать, что понравилось в подобранном произведении лично библиотекарю;

- Обзор книжной выставки можно записать на видео, где библиотекарь, сидя за столом или стоя у книжной выставки, подробно рассказывает о книгах. Можно сделать презентацию или перевести ее в видеоролик;
 - А можно создать буктрейлеры (короткие видеоролики не более 3 минут) — это тоже вариант рассказа в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель таких роликов — реклама книг, периодических изданий и пропаганда чтения, привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств, характерных для трейлеров к кинофильмам.
6. Можно проводить различные акции, конкурсы с хэштегом и ключевым словом — #читаемотдома. К примеру, провести сетевые акции или конкурсы на следующие темы:
- «Пойман за чтением», «Мама, почитай!», «Читают все: и ребята, и зверята!» — конкурс фотографий. Попросить пользователей прислать фотографии, как они проводят свой досуг с книгой.
 - «Домашний спектакль» — семье показать видео — отрывок из какого-нибудь произведения или сказку.
 - «Мой рейтинг книг» — написать 10 лучших книг, которые читатель рекомендует для прочтения другим.
 - «Я люблю тебя!» — конкурс на лучшее признание книге.
 - «Голоса любимых книг» — озвучить книгу, читая текст, используя различные шумы, звуки.
 - «Книжный совет» — посоветуй книгу — выиграй приз!
 - «На лучший библиотечный слоган» — придумать слоган, девиз, призыв в пользу чтения, книги, библиотеки.
 - «Актёрское мастерство» — изобразить книжного героя с помощью мимики и жестов.
 - «Книжный натюрморт» — нарисовать или составить композицию с книгой.
 - «Читаем сказку» — конкурс на лучшего чтеца сказок.
 - «Литературная премия читателя» — читатели присуждают свою премию любимым прочитанным произведениям.

Опросы, тестирование можно также проводить в социальных сетях. Например, «Блиц-опрос» — задавать вопросы можно как по одной книге, так и по произведениям одного автора.

«Тест» — задать вопросы по литературе или по одной книге, автору и дать три-четыре варианта ответа, один из них правильный.

Интерактивные викторины не только интересны, но и познавательны. Научитесь их создавать!

7. Заняться самообразованием

Самое время освоить новые информационные сервисы. Посмотреть вебинары для библиотекарей:

8. Общение в профессиональных сообществах

В Фейсбуке есть сообщество ["Школьные библиотеки нового поколения"](#). А еще можно стать участником сообщества в Фейсбуке ["Школьная библиотека: сегодня и завтра"](#)



9. Работа с документами

Составление списков на списание

Разработка "Дорожной карты" по реализации Концепции развития ШИБЦ

Разработка программы развития школьной библиотеки/ИБЦ

Анализ работы школьной библиотеки/ИБЦ за 2019-2020 учебный год

Ресурсы и инструменты Интернета в обеспечении учебной деятельности образовательной организации (Zoom)

Существует большое количество инструментов Интернет для обеспечения работы педагогов и библиотекарей в дистанционном формате. Рассмотрим один из самых распространенных.

Zoom - это платформа для проведения интернет-занятий и конференций. Во всем мире многие преподаватели, спикеры и учащиеся используют ее для дистанционного обучения.

Zoom – платформа для занятий и конференций

Как вы уже знаете, Zoom — сервис для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и организации дистанционного обучения. Организовать онлайн-лекцию может любой преподаватель, создавший учетную запись. Бесплатная учетная запись позволяет проводить видеоконференцию длительностью 40 минут, но можно использовать единый платный аккаунт и Zoom позволяет всем комфортно общаться в режиме реального времени, т.к. платформа обеспечивает отличную связь.

К лекции может подключиться любой слушатель, имеющий ее идентификатор или ссылку на нее. Можно запланировать занятие заранее и сделать повторяющуюся конференцию, чтобы занятия постоянно начинались в определенное время.

Zoom позволяет вести лекцию с включенной камерой, аудио связью, демонстрацией своего экрана (или отдельного окна, части экрана и т.п.) и использовать встроенную интерактивную доску. Кроме того, можно контролировать подключение и отключение микрофонов слушателей – это удобно, если во время проведения лекции вам необходима тишина. Но мы рекомендуем предупредить слушателей о принудительном отключении. В этом случае вопросы от слушателей вы можете читать в чате конференции. Можно настроить автоматическую запись лекции, чтобы слушатели, которые не смогли «присутствовать» на занятии, посмотрели лекцию в удобное для них время.

Подготовка к обучению в Zoom

Перед началом обучения с помощью программы Zoom необходимо проверить, всё ли готово:

1. До начала занятия стоит подготовить свое рабочее место: компьютер или ноутбук, на котором вы будете проводить вебинар, камеру, наушники с гарнитурой или отдельно микрофон.
2. Веб-камера необходима с вашего компьютера или ноутбука, чтобы периодически

переключаться с показа презентации на общение со слушателями, когда вас самого видно. Это повышает вовлеченность слушателей в занятия.

3. С рабочего стола вашего ноутбука или компьютера лучше убрать любые файлы и документы, которые нежелательно показывать слушателям, закрыть все посторонние окна. Так как вы будете расшаривать экран для показа презентации. И можно случайно показать и свой рабочий стол (если вы демонстрируете весь экран).

4. Запись лекции должна вестись автоматически, если не сделать свои настройки, то она сохранится на вашем ПК, в папке: C:\Users\Имя-пользователя\Documents\zoom\. Тогда вам нужно убедиться, что на диске C есть свободное место – минимум 1ГБ. В настройках программы можно установить автоматическую запись в облако, что на наш взгляд – намного удобнее (проверьте, достаточно ли у вас свободного места на облаке, возможно, понадобится докупить дополнительно место). Чтобы попасть в настройки нужно в главном окне программы нажать на иконку шестеренки, выбрать пункт «Запись» и выбрать то, что вам нужно. Расширенные настройки можно сделать в браузере, войдя в свой аккаунт.

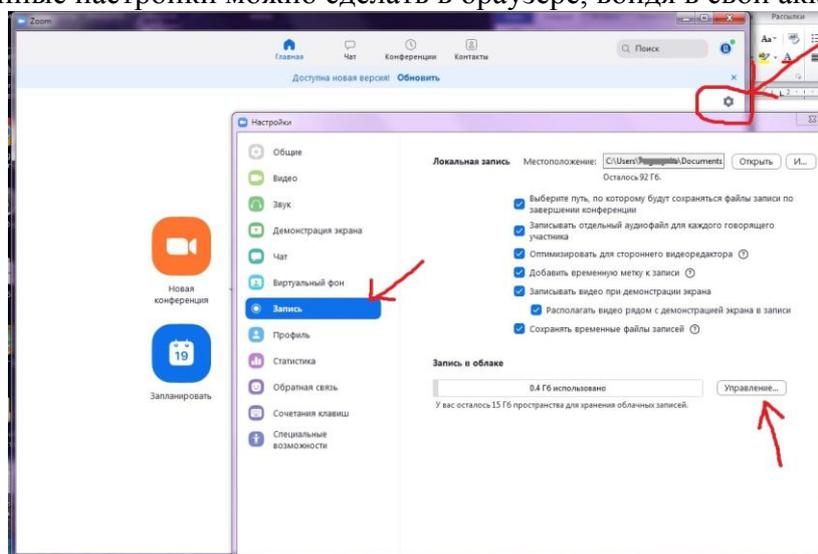


Рисунок 1 Настройки программы, запись лекции

5. Не проводите вебинар через мобильный интернет, лучше вести лекции из дома, где стабильная связь.

6. Перед началом занятия (за 15 мин. до начала вебинара) обязательно проверьте свои устройства: хорошо ли все слышно и видно, не нужно ли что-то поменять. Инструкция по первоначальной настройке оборудования в Zoom приведена дальше, в этой статье.

7. Ваш внешний вид должен быть официальным. Несмотря на то, что вы дома - наденьте свою обычную одежду для работы.

8. Проверьте, что вас не засвечивает солнце, не бегают коты, не шумят дети и т.п. Слушатели не должны отвлекаться от обучения.

Онлайн-лекции в Zoom

При проведении лекций в режиме онлайн преподавателю мы рекомендуем учесть следующие моменты:

1. Не стоит читать текст со слайдов. Слушатели и так видят его на экране.

2. Демонстрируйте дополнительные материалы (по возможности): документы, таблицы, изображения, видео и т.д. Это создаст разнообразие и будет способствовать вовлечению слушателей в учебный процесс.

3. Стоит делить информацию на логические блоки, чтобы были четкие рамки. На переходе между темами стоит акцентировать внимание слушателей.
4. Лучше избегать монотонности, говорить эмоционально, но без активных движений в кадре, т.к. изображение может передаваться с задержкой, что может вызвать раздражение слушателей.
5. Использование анимации на слайдах может “оживить” вашу презентацию. Если очно она только отвлекает, то в вебинаре даст бонус. Аналогично с рисованием на экране или указателем мышки.
6. Самостоятельные действия: можно предложить всем открыть ссылку на вашу таблицу или загрузить что-то в сети.

Как скачать, настроить и начать работу с zoom для windows

1. При первом запуске программы рекомендуется заходить в Zoom за 15-20 минут до начала занятия.
2. Если программа еще не установлена на ваше устройство, тогда скачивайте ее с сайта: <https://zoom.us/download>
3. Запускайте скачанный файл (рисунок 2).

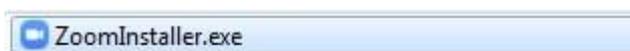


Рисунок 2: приложение Zoom

4. Дождитесь появления окна программы (рисунок 3).



Рисунок 3: приложение Zoom (Версия может отличаться)

5. Нажмите на белую кнопку **«Войти в»**, на следующем экране (рисунок 4) введите информацию:

В поле **«Укажите ваш адрес электронной почты»**: введите email вашего аккаунта

В поле **«Введите пароль»**: введите ваш пароль

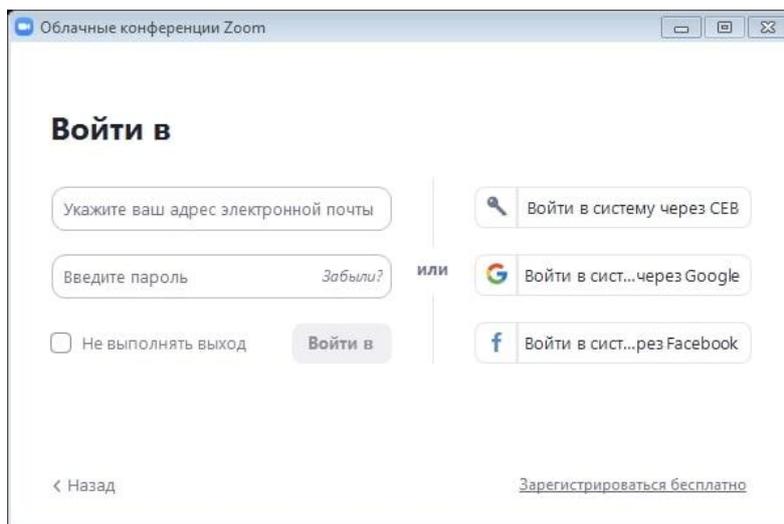


Рисунок 4 Окно входа в аккаунт Zoom

После, снова нажмите кнопку **«Войти в»** (после ввода эл. почты и пароля она станет синей).

6. Перед вами – главное окно программы Zoom, если у вас еще нет запланированных конференций, вы увидите окно, как на рисунке 5, если же есть мероприятие на текущий день, то оно будет в списке запланированных (рисунок 6), в этом случае для подключения к ней просто нажмите синюю кнопку **«Начать»** (рисунок 6).

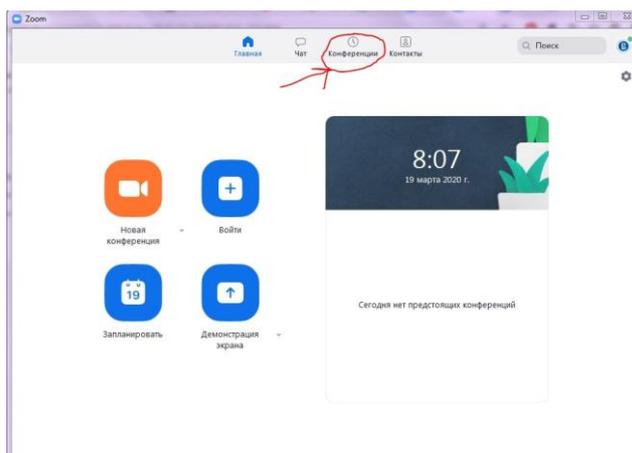


Рисунок 5 Главное окно программы Zoom

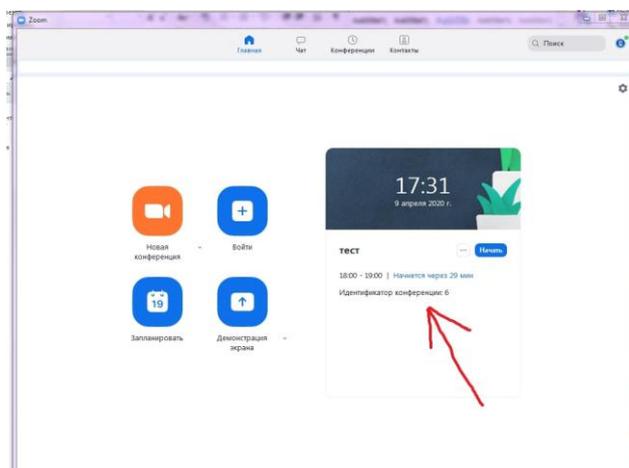


Рисунок 6 Главное окно программы (есть запланированная конференция)

7. Если запланированных конференция нет, то переходите в меню **«Конференции»** (рисунок 5), перед вами новое окно (рисунок 7). Если нажать на первую конференцию - **«Мой личный идентификатор конференции»**, то вы увидите 10-ти значный номер - именно по нему слушатели смогут подключаться к вашим лекциям. Если вы еще не создавали конференцию (или 1-й раз запустили программу), то в списке будет только одна - **«Мой личный идентификатор конференции»**. В этом случае вам нужно создать новое занятие: нажмите на плюс, рядом с пунктом **«Записано»** (рисунок 7) и выберите первый пункт - **«Запланировать конференцию»**.

Если в списке уже есть запланированное занятие или вы уже делали настройку, выберите нужное мероприятие и нажмите **«Начать»**, в этом случае следующие **пп. 8-10** (создание конференции) можно пропустить.

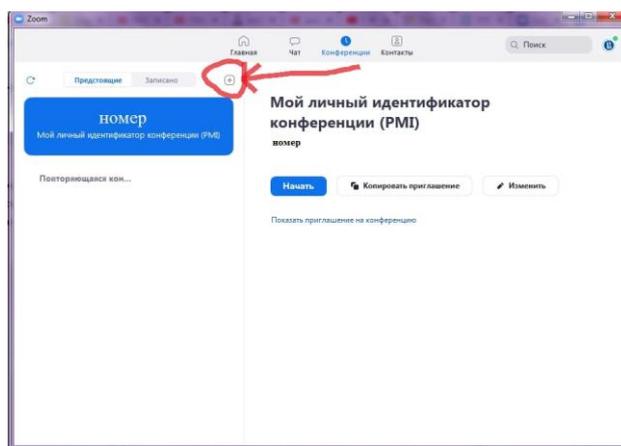


Рисунок 7 Окно «Конференции»

8. В открывшемся, окне заполните информацию как на рисунке 8. Введите название конференции, далее - выберите пункты:

- 1) **«Повторяющаяся конференция»**. 2) **«Идентификатор персональной конференции»** (если вы не планируете больше создавать повторяющиеся конференции на этом аккаунте, если же планируете, тогда выберите первый пункт - **«Создать автоматически»**).
- 3) Пароль устанавливать необязательно, но при необходимости - можете ввести.
- 4) Видеоизображение организатора и участников - **«Вкл.»**.
- 5) **«Звук телефона и компьютера»**.
- 6) Календарь - выбирайте по желанию.

После этого нажмите на пункт **«Расширенные параметры»**, заполните данные так же, как на рисунке 9. Если вы не планируете вести запись лекции, то можете убрать галочку с последнего пункта. Если вам наиболее удобна запись в облако, а не на ваш ПК, то в последнем пункте отметьте второй вариант - **«В облако»**.

После заполнения всей информации, нажмите на кнопку **«Запланировать»**. Теперь в списке конференций появилась новая, только что вами созданная. По ее идентификатору/ссылке (и паролю, если вы его создали), к конференции и будут подключаться слушатели.

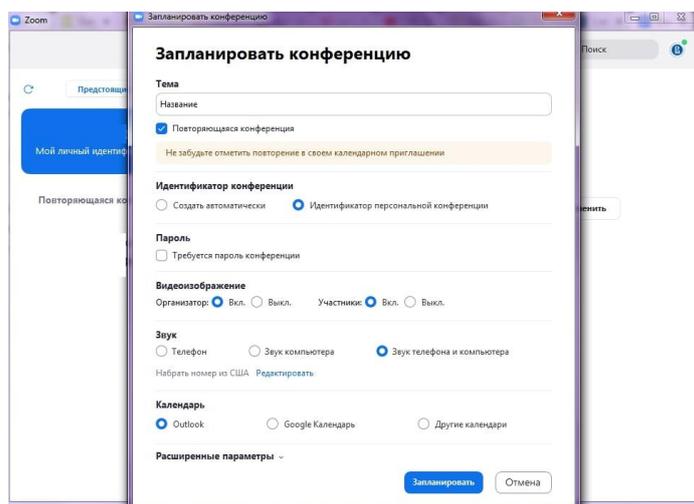


Рисунок 8 Настройка новой конференции

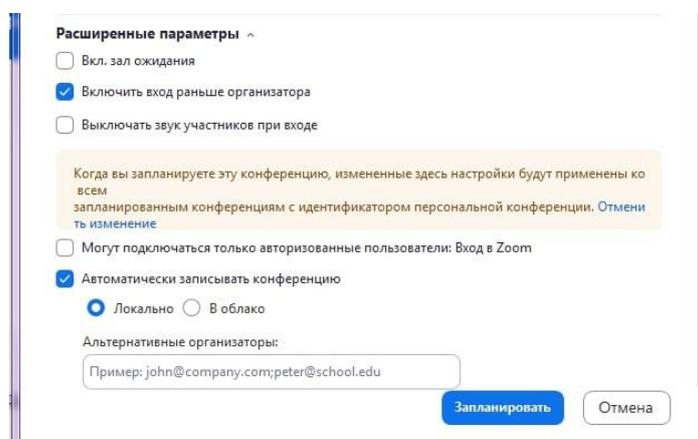


Рисунок 9 Настройка новой конференции

9. Теперь, выберите в списке созданную вами конференцию. Нажмите на кнопку **«Копировать приглашение»** (рисунок 10). Теперь вы можете переслать его для ваших слушателей, чтобы они смогли подключиться к лекции. Как только вы нажмете на кнопку **«Начать»** - ваша конференция сразу запустится.

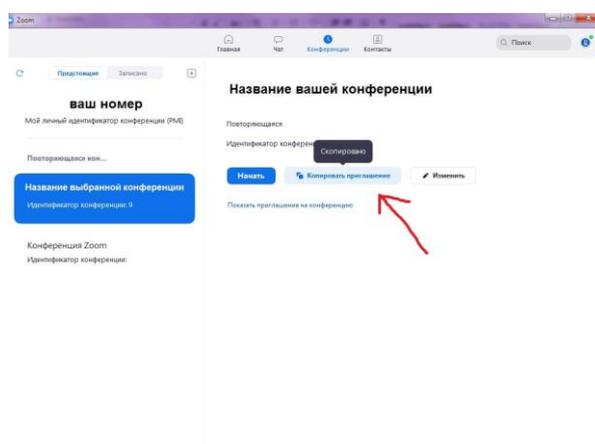


Рисунок 10 Копировать приглашение

10. Перед вами окна записи и входа в аудиоконференцию (рисунок 11). Выберите пункт **«Проверить динамик и микрофон»**.

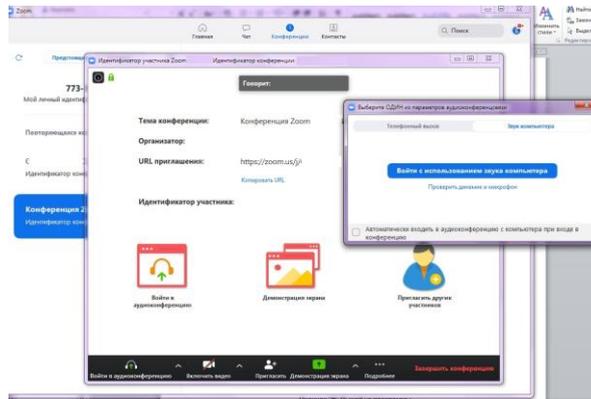


Рисунок 11 Первоначальная настройка

11. Проведите простую настройку (2 шага, рисунки 12 и 13). Убедитесь, что настройка проведена верно (рисунок 14), после чего нажмите **«Войти с использованием звука компьютера»**, снова нажмите **«Войти с использованием звука компьютера»** (рисунок 11).

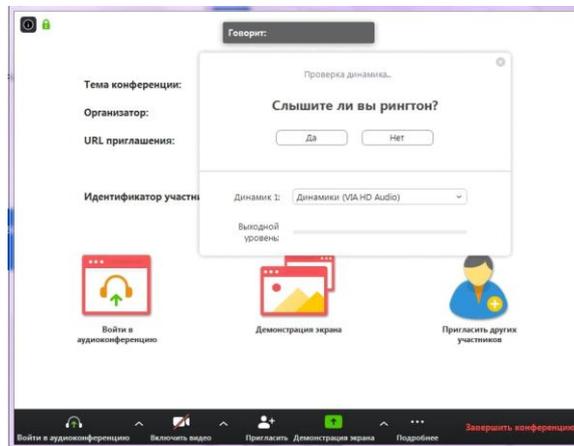


Рисунок 12 Первоначальная настройка

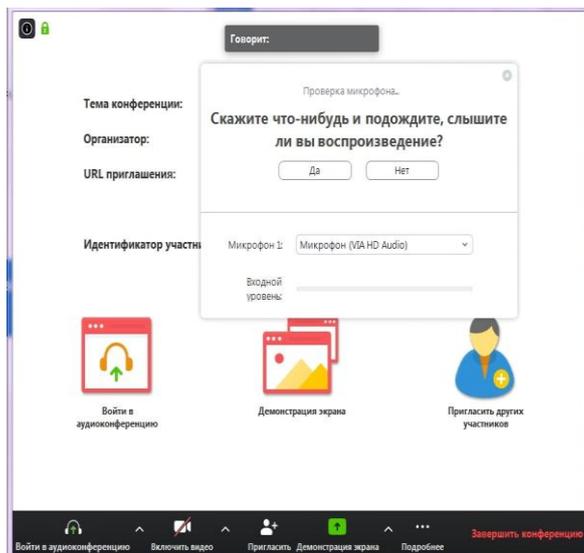


Рисунок 13 Первоначальная настройка

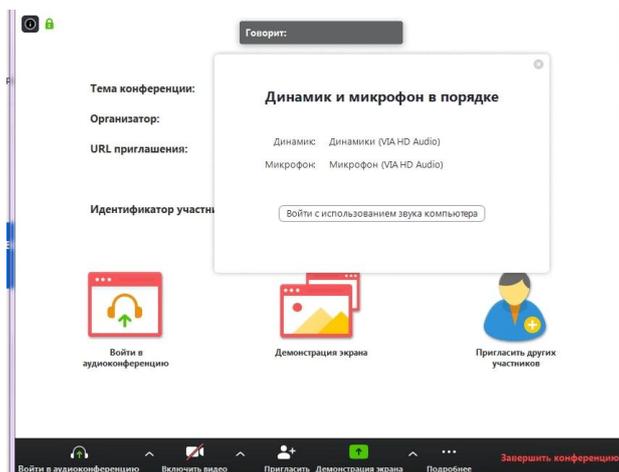


Рисунок 14 Настройка завершена

12. В случае появления окна с предупреждением (рисунок 15), нажмите «Войти в аудиоконференцию». При следующих входах в конференцию с того же устройства повторно производить настройку больше не будет нужно.

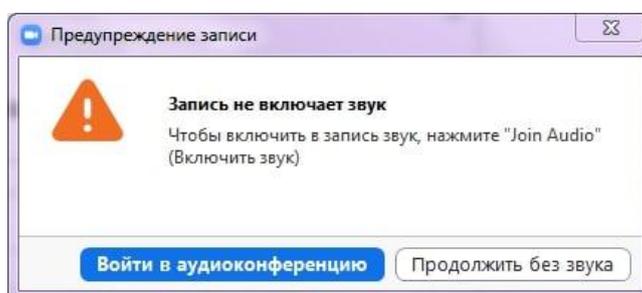


Рисунок 15 Окно предупреждения

13. Подождите пока к конференции подключатся слушатели. До начала лекции вы можете пообщаться с ними. Откройте первый слайд презентации.

14. Убедитесь, что иконки микрофона и видео не перечеркнуты, т.е. вас видно и слышно (рисунок 16). Когда все будут готовы к началу лекции, нажмите на панели внизу экрана конференции, всплывающей при наведении на нее курсора, зеленую кнопку «Демонстрация экрана» (рисунок 16).

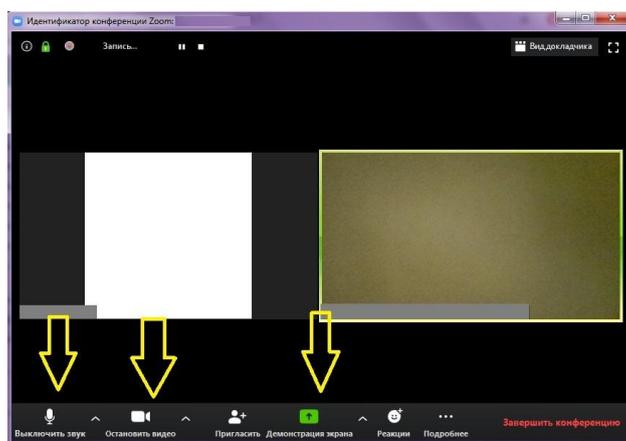


Рисунок 16 «Демонстрация экрана»

15. Выберите подходящий вариант. Рекомендуется либо «Экран», либо приложение, в котором открыта презентация лекции. Нажмите кнопку «Совместное использование» (рисунок 17).

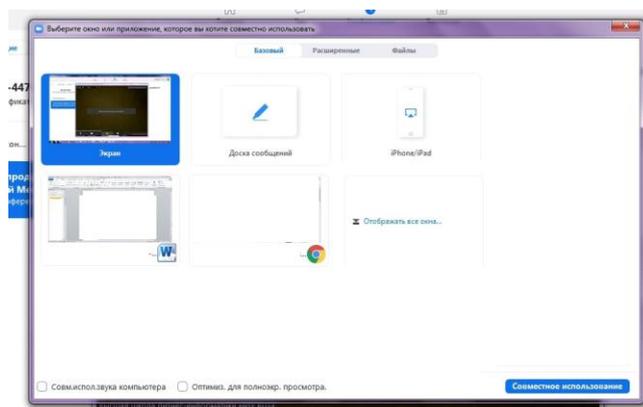


Рисунок 17 «Демонстрация экрана»

16. Демонстрация лекции началась, теперь всплывающее меню находится наверху экрана. Перед тем, как вы начнете, подведите курсор мыши к верхней части экрана вашего устройства, на всплывающей панели нажмите на кнопку **«Управлять участниками»** (рисунок 18).

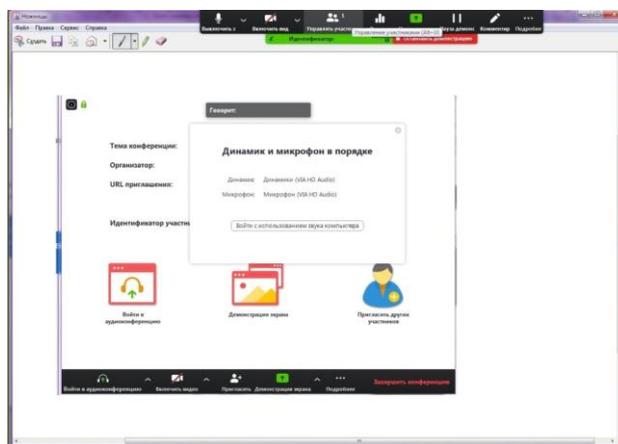


Рисунок 18 Управлять участниками

17. В открывшемся окне вы увидите список участников конференции. При необходимости, нажмите внизу этого окна кнопку **«Выключить звук для всех»**, чтобы отключить микрофон у слушателей (рисунок 19), т.к. посторонние звуки могут мешать проведению онлайн-лекции. Если позже возникнет необходимость включить звук, нажмите рядом на кнопку **«Включить звук для всех»**. В открывшемся окне подтверждения нажмите **«Да»**, убедитесь, что пункт **«Разрешить участникам включать свой звук»** не выбран (рисунок 20).

18. Рекомендуем оставить окно со списком участников открытым. Во время лекции у слушателей могут появляться вопросы, которые они будут писать в чате конференции. Обратите внимание на то, что в окне участников, рядом с именем слушателей, которые написали вопросы в чате, появится иконка с синей рукой. На камере слушателя тоже будет видна эта иконка (рисунок 20).

19. Если в чате что-то будет написано, вы увидите уведомление об этом на верхней панели - кнопка **«... Подробнее»** загорится оранжевым цветом (это означает, что в чате есть текст, который вы еще не прочитали). Для того чтобы прочитать чат, на панели нажмите на кнопку **«... Подробнее»**, выберите пункт **«Чат»** (рисунок 21), откроется новое окно, в котором вы увидите все сообщения (рисунок 22). Пожалуйста, если вы заметили, что у кого-то появился вопрос, но планируете посмотреть его позже, скажите об этом слушателям.

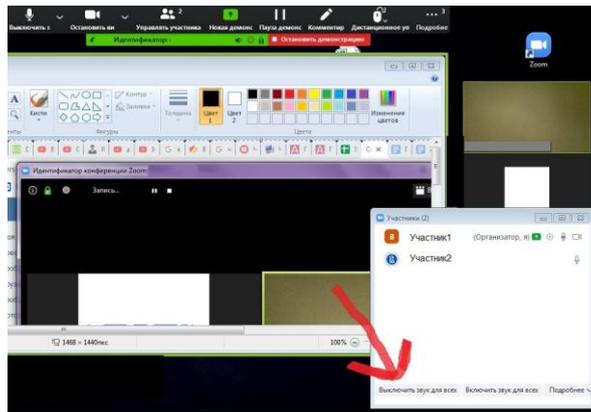


Рисунок 19 Выключить звук для всех

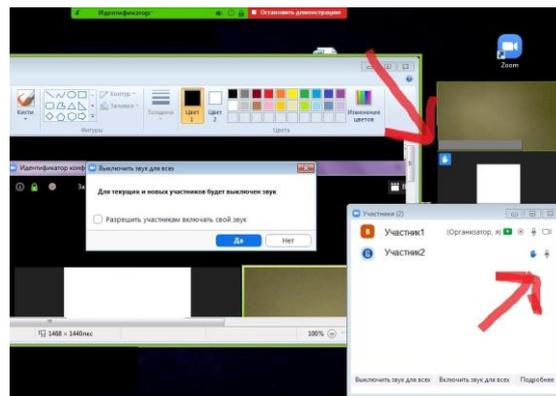


Рисунок 20 Выключить звук для всех, у этого слушателя вопрос

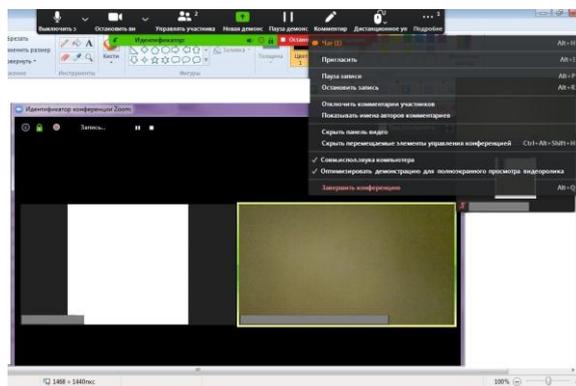


Рисунок 21 В чате есть одно (1) непрочитанное сообщение

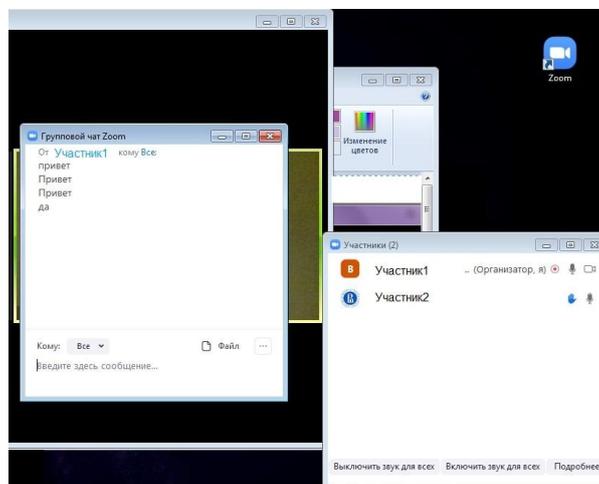


Рисунок 22 Окно чата

20. После окончания лекции нажмите красную кнопку «**Остановить демонстрацию**» (верхняя панель, рисунок 23), попрощайтесь со слушателями, после чего нажмите «**Завершить конференцию**» (нижняя панель) – рисунок 24.

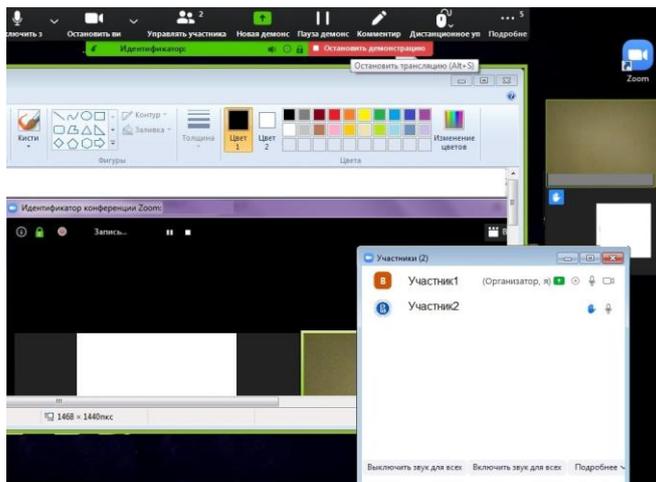


Рисунок 23 Остановить демонстрацию

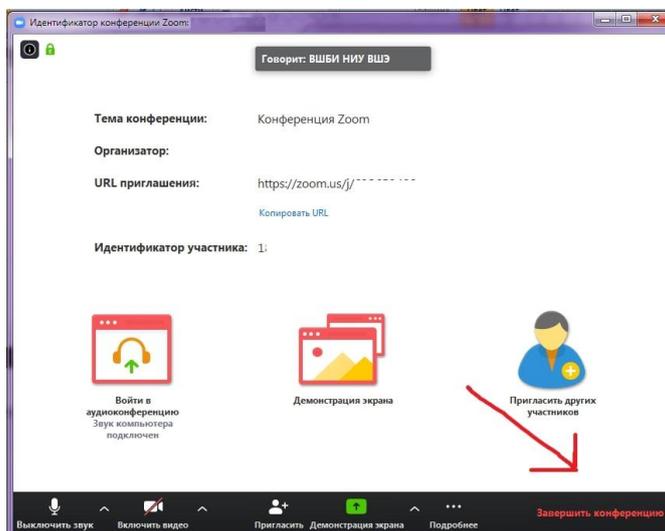


Рисунок 24 Завершить конференцию

21. В следующем окне нажмите «**Завершить конференцию для всех**», чтобы выйти вместе со всеми слушателями (рекомендовано) или «**Выйти из конференции**», чтобы выйти самостоятельно, в этом случае каждый слушатель завершит свой сеанс сам (рисунок 25).

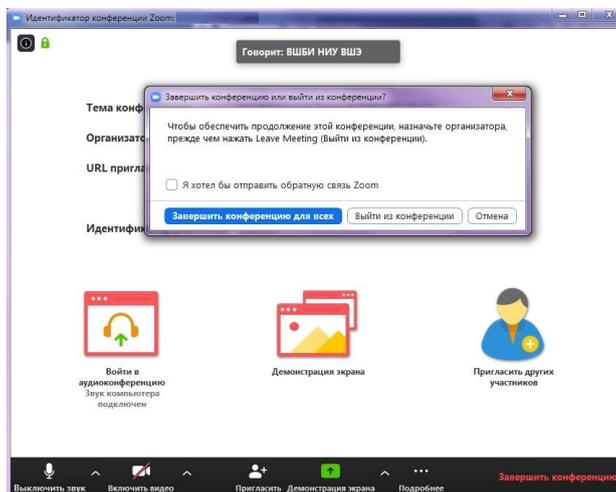


Рисунок 25 Выход из конференции

22. Если в настройках конференции был выбран пункт автоматической записи «**Локально**» (на ПК), перед вами появится окно «**Converting**». Дождитесь окончания процесса сохранения записи (рисунок 26), не закрывайте программу до окончания процесса.

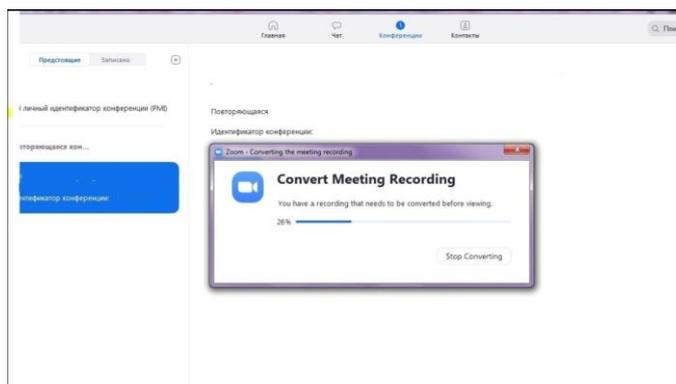


Рисунок 26 Сохранение записи лекции

23. Перейдите в окно «**Конференции**», «**Записано**» (рисунок 27). Нажмите кнопку «**Преобразовать**», дождитесь окончания процесса. Нажмите кнопку «**Открыть**», в папке лежат файлы с записью лекции.

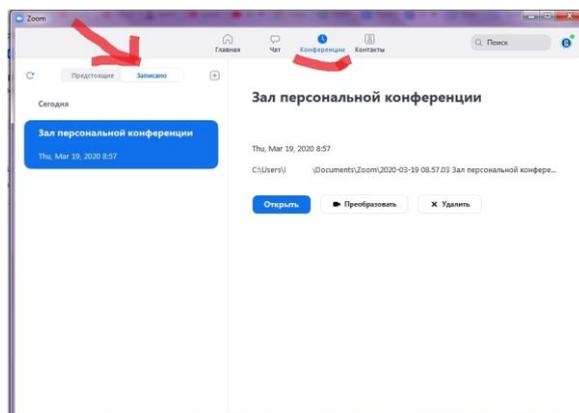


Рисунок 27 Запись лекции

24. Нажмите на иконку сверху, с правой стороны экрана. Выберите пункт «**Выход**» (рисунок 28). На этом все, вы провели вашу первую (или уже не первую 😊) лекцию, поздравляем!

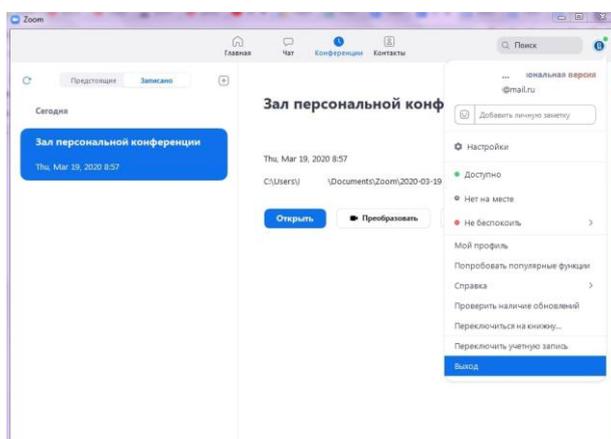


рисунок 28 Выход из программы

Zoom: лайфхаки для преподавателей

Для преподавателей, которые только начинают знакомство с Zoom, у нас припасено несколько лайфхаков.

В левом нижнем углу панели рядом с камерой нажимаем на треугольник, выбираем настройки видео, ставим галочку напротив пункта “подправить мой внешний вид”. Тогда изображение будет с мягким фокусом, добавляя небольшое размытие в тона кожи и разглаживая морщины, пятна и другие небольшие недостатки.

И если у вас как на рисунке не проставлена галочка рядом с включить режим HD, то даже с хорошей веб-камерой вы можете удивляться низкому качеству. Лучше эту галочку проставить.

Виртуальные выставки Школьного ИБЦ

Тенденцией последних лет стало размещение виртуальных (электронных) выставок. Чаще всего для этого используются социальные сети и школьный сайт.

На настоящее время нет четкого определения, что такое виртуальная выставка.

Учебное пособие Н. В. Збаровской «Выставочная деятельность публичных библиотек» дает следующее определение: **«Виртуальная выставка - это новый вид информационно-библиотечного обслуживания пользователей, синтез традиционного (книжного) и новейшего (электронного) способов предоставления информации».**

Виртуальная выставка – это публичная демонстрация в сети Интернет с помощью средств веб-технологий виртуальных образов специально подобранных и систематизированных произведений печати и других носителей информации, а также общедоступных электронных ресурсов, рекомендуемых удаленным пользователям библиотеки для обозрения, ознакомления и использования.

Виртуальная выставка позиционируется как новый, многофункциональный информационный ресурс, предоставляющий широкому кругу пользователей возможность повысить эффективность поиска информации, расширить круг необходимых материалов (тексты, графика, аудио, видео и др.)

Первые виртуальные выставки появились в рамках проекта Интернет-ресурсов Торгово - Промышленной Палаты России. Ресурс предполагает размещение на виртуальных выставочных стендах (мини-сайтах) информации на русском и английском языках для продвижения и обмена деловой информацией о предприятиях и организациях, их товарах и услугах, графические и видеоматериалы. В условиях развития новых информационных технологий, виртуальные выставки появляются в сфере культуры и образования: музеях, вузах, библиотеках всех типов.

Виртуальные выставки представляют фонд библиотеки, способствуют формированию и поддержанию имиджа, развитию и совершенствованию библиотечного сервиса.

Преимущества и возможности виртуальной выставки:

1. Для просмотра выставки читателю необязательно находиться в библиотеке, достаточно выхода в интернет. Читатель может ознакомиться с выставкой в любое время.
2. Возможность экспонирования большого количества документов по сравнению с традиционной выставкой, не занимая реального пространства библиотеки. На выставке может быть представлено большое количество книг; в любое время можно их менять, убирая ненужные и выставляя новые.
3. Каждый документ можно сопроводить аннотацией, рефератом, копией оглавления и/или фрагментами текста, иллюстрациями, историей создания произведения, описанием эпохи,

аудио- и видеофрагментами. Компьютерные технологии делают виртуальную выставку живой и динамичной.

4. Документам, представленным на виртуальной выставке, не грозят повреждения. Выставка в интернете может функционировать постоянно.

5. Затраты на создание виртуальных выставок ниже, чем на организацию аналогичных традиционных.

Среди ограничений применения электронных книжных выставок, следующие:

1. Не каждый ПК соответствует требованиям, необходимым для просмотра выставки. При технических неполадках представление выставки и ее просмотр становится невозможным.

2. Не каждый пользователь библиотеки обладает необходимыми умениями для ознакомления с электронной книжной выставкой.

3. Производитель книжной выставки должен обладать необходимыми компьютерными умениями и художественным вкусом.

Типология виртуальных книжных выставок

Виртуальные книжные выставки, как и традиционные, могут быть классифицированы по ряду признаков:

По статусу – самостоятельные или сопровождающие массовое мероприятие (например, при анонсировании книги в Интернете);

По содержанию – универсальные, отраслевые, тематические, персональные;

По целевому назначению - в помощь учебе, для повышения общеобразовательного и общекультурного уровня;

По времени публикации и поступления в библиотеку предоставленных на них материалов – новых поступлений, за разные годы, «забытых изданий»;

По срокам функционирования – постоянные, длительные, кратковременные;

По видам изданий – книжные, других видов изданий (журнальные или газетные и др.), нескольких видов изданий одновременно (комплексные), новых носителей информации (CD-ROM, пластинки, микрофильмы, видеокассеты и др.), мультимедийные приложения;

По составу представленных изданий: выставка одной книги, серии, коллекции.

Виртуальные книжные выставки могут быть созданы как с помощью стандартного набора офисных программ MS Office, так и в онлайн-сервисах для последующей вставки их HTML-кода в блог или ссылки на странице в социальной сети.

Существуют различные **формы представления виртуальных книжных выставок** (в скобках указаны программы и онлайн-сервисы для создания выставки):

1. Презентация (Power Point, Slide Share);

2. Слайд-презентация (слайд-шоу) обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным сопровождением (Power Point, Photopeach, Photosnack);

3. Видео-обзор с рекомендациями библиотекаря, записью «громких чтений» читателей, видео-впечатлений читателей и известных в городе людей.

4. Выставка книг в виде интерактивного плаката (Power Point с использованием гиперссылок, ThingLink);

5. Выставка книг в виде ментальной карты, техники визуализации мышления в виде карты, в центре которой обозначена главная тема с отходящими от нее в разные стороны ключевыми словами, связанными с ней (Word, Power Point, Mindmeister, FreemindMap, Popplet);

6. Выставка книг какого-либо автора в виде ленты времени (Power Point, Dipity, Xtimeline, Free Timeline, Timerime, Timtoast, Ourstory Capzles);

7. Выставка книг в виде 3D-книги (MS Publisher, Flip Book Maker, Flip PDF, Calameo, Photosnack, Myebook);

8. Выставки на географической карте (Google Maps);

9. Выставка – виртуальная доска (Thinglink, Google Презентации);

10. Выставка – плакат (MS Publisher, Glogster, Thinglink, Playcast).

Подходы к организации виртуальных выставок весьма разнообразны: от уже ставшей традиционной, консервативной формы - изображение обложек книг и аннотаций изданий,

до анимационного путешествия в мир книги. На выставках последнего типа помещается подробная информация об авторах, художниках, списках литературы, дополнительная информация с других Интернет-сайтов. Выставки перестают дублировать традиционные книжные, демонстрируемые в стенах библиотеки. Зачастую они начинают делаться как мини-сайты.

При создании виртуальных выставок используются дизайнерские программы: Adobe Photoshop, FSViewer, Corel DRAW, ImageReady. При размещении выставки на сайте, блоге, используется программный язык HTML. Сканирование обложек, иллюстраций по распознаванию и правке текстов производится в программе FineReader.

Алгоритм создания виртуальной книжной выставки следующий:

1. Разработка модели электронной книжной выставки: выбор темы, отбор документов, информационных, иллюстративных, аудио- и видеоматериалов, составление схемы выставки (на листе бумаги можно нарисовать макет выставки);
2. Техническая подготовка проекта: фото или сканирование обложек, иллюстраций, поиск изображений обложек в интернете, подготовка текстовых материалов, обрезка аудио- и видеофрагментов, сохранение предварительных материалов в отдельной папке;
3. Оформление работ в выбранной программе или онлайн-сервисе.

Обзор сервисов Веб 2.0 для создания виртуальных выставок

Многие сервисы Веб 2.0 можно использовать как средства создания виртуальных выставок. Посмотрите, пожалуйста, на интересные сервисы для создания разнообразных выставок. Прочитайте их подробное описание. Может быть, даже попробуйте освоить некоторые из них для создания своих собственных книжных выставок. Среди замечательных сервисов, которые могут пригодиться в создании виртуальной книжной выставки для детей и даже вместе с ними, такие:

[Сервис PhotoPeach](#) хорош для создания простых, но ярких фотовыставок.

[Подробное описание сервиса создания слайд-шоу Photopeach.com на Nachalka.com.](#)

Зарегистрировавшись на сайте, можно использовать его бесплатный вариант. Он позволяет загружать с компьютера или другого сайта достаточное количество сканированных обложек нужных вам книг. К сожалению, невозможно прямым способом вставить сюда свой текст. Можно предложить такой вариант выхода из этого положения: писать текст в программе Paint, сохранять как картинку, загрузить и вставить в нужное место. Бесплатный вариант программы не разрешает добавлять свой аудиофайл. Но можно воспользоваться предлагаемым стандартным набором. Готовая работа представляется сразу в двух вариантах: в виде фотокарусели и слайд-шоу.

[Англоязычный сервис Myebook](#) позволяет сделать очень симпатичную книжку-выставку. [Подробное описание сервиса можно посмотреть здесь.](#) Также как и в предыдущем случае, текст приходится вставлять в виде готовых [картинок](#). Примером использования этого сервиса является выставка карельских библиотекарей, создавших [Рекомендательный указатель](#).

[BannerSnack](#) Несложную и яркую книжную фотовыставку или "библиобанер" можно создать с помощью этого сервиса. После регистрации на сайте, вы выбираете необходимый вам размер, который впоследствии можно изменить. И, хотя сервис - англоязычный, текст в свой баннер вы можете писать на русском. В баннер, также, помимо картинок, можно вставлять видео. Открыв раздел меню (справа) Properties вы сможете создать эффекты для ваших вставок, изменить цвет слайда и текста. В разделе меню Transitions - настройки для смены слайдов. После предварительного просмотра, сохранения и публикации, вы получаете код для вставки. Вот такой [баннер](#) можно получить на выходе. Его можно редактировать в любое время.

[Podsnack](#) - ещё один продукт Snack. Он позволяет создать озвученную выставку по творчеству одного писателя или по определенной теме. Создается продукт простым способом: в предлагаемую форму вставляются ссылки на видео из YouTube. Ваш слайд отображает лишь картинку и звук из загруженного видео. Картинку можно загрузить свою. Это может быть портреты писателя или обложки, представляемых вами книг. [Пример](#).

[Popplet](#) – предоставляет возможности для создания более сложной и обширной выставки, даже если это [выставка одной книги](#). Он позволяет создавать развернутые выставки с разделами, цитатами, иллюстрациями. Сюда можно вставить видео, аудиоматериалы, и текст на русском языке. Кроме того, этот сервис идеален для организации коллективной работы читателей над созданием выставки. Каждый из участников, может работать над своим разделом выставки.

[Playcast](#) Этот сервис позволяет создать небольшую выставку – открытку по отдельному произведению. Соединение стихотворения, фотографии, музыки может родить шедевр. Выгода этого сервиса для библиотечной выставочной деятельности в том, что к ней можно легко привлечь читателей – детей. Можно организовать конкурс подобных выставок открыток по любой теме, будь то День Победы, или Природа в стихах русских поэтов. [Подробная инструкция по созданию плэйкаста](#).

[Empressr](#), в первую очередь порадуют тех, у кого есть необходимость создавать выставки - иллюстрации, «богатые» мультимедийным контентом, в том числе аудио- и видеозаписями. Для создания презентаций ресурс предлагает специальный редактор Empressr Composer, имеющий удобный интерфейс. Сервис впечатляет наличием хорошего набора шаблонов, разнообразными вариантами переходов между слайдами (включая трехмерные эффекты). Недостаток - отсутствие поддержки кириллицы.

[Calameo](#) – сервис для создания как [отдельных книжек](#), так и настоящих виртуальных книжных выставочных полок. [Подробные инструкции по работе в Calameo](#)

[Prezi](#)- выставка-презентация нового поколения, в которой можно весь материал свернуть в одну картинку, и, увеличив тот или иной слайд, сделать акцент на определенном тексте, слове, изображении. Есть возможность быстро и легко научиться использовать этот сервис, посетив [Мастер-класс Новый стиль презентаций в сервисе Prezi](#)

[Maps.google](#) - позволяет создать удивительные выставки - путешествия, по местам связанных с именами писателей или [путешествовать с литературными героями](#). Пользоваться сервисом легко. Необходимо лишь обозначить меткой место, нужное вам на карте. В окошечке над меткой можно вставить пояснительный текст, видео или фотографию. Готовую выставку - путешествие можно редактировать и изменять. Сервис хорош еще тем, что работу над картой можно превратить в увлекательное коллективное действие, когда каждый участник добавляет свою метку, и, тем самым, создает свой раздел выставки.

Сетевые активности школьных ИБЦ. Социальные сети Интернета

События последних месяцев позволяют по-другому посмотреть на возможности дистанционного обслуживания пользователей библиотек всех видов. В том числе, школьных библиотек и Школьных ИБЦ.

Раньше виртуальные представительства библиотек использовались, в основном, как средство позиционирования, то теперь настало время придать им статус навигаторов в потоке информации, информационных ресурсов, электронных библиотек. С их помощью необходимо организовывать информационно-образовательную среду обучения, внеурочной работы, обслуживания пользователей.

Для этого желательно создать целую систему виртуальных представительств Вашей библиотеки в сети Интернет.

Многие школьные библиотеки используют в своей работе блоги и сайты. Но сейчас этого становится мало. Нужны более оперативные средства предоставления информации и доступа к качественным информационным ресурсам.

Таковыми оперативными инструментами в помощь организации урочной и внеурочной деятельности могут стать социальные сети.

Например, социальная сеть ВКонтакте как наиболее востребованная для общения школьниками, может с успехом применяться в деятельности ШИБЦ. Школьному ИБЦ необходимо иметь свое представительство в данной социальной сети. Работник ШИБЦ организует на странице сообщества ВКонтакте мини-образовательную среду. Делает подборки ссылок на материалы по предметам (на публикации по вопросам, вызывающим затруднения в прохождении той или иной темы, дополнительные материалы по предмету, видео-аудио-, фото-материалы), ссылки на электронные библиотеки (НЭБ, ДНЭБ, ЛитРесс и т.д.), на сайты издательств учебной литературы с электронными учебниками, образовательные платформы, рекомендованные Минпросвещения России в период перехода на дистанционные форму обучения. Все это помогает легче освоить материалы самостоятельно не только ученикам, но и помогает родителям учеников ориентироваться в новом для них формате обучения. А также является помощью учителям в подготовке материала для занятий по предмету с обучающимися. Как необходимый элемент информационного обеспечения помогает выстроить траекторию построения дистанционной образовательной среды.

Для организации интересной и эффективной внеурочной работы такая платформа как страница ВКонтакте также может пригодиться. Здесь можно организовывать мероприятия разных форм и видов. Например, конкурсы по произведениям писателей (в рамках школьной программы и вне ее) с использованием различных интересных сервисов Интернета и последующим размещением информационных ресурсов, созданных в рамках конкурса. Обучающиеся с удовольствием и гордостью будут создавать ресурсы, которые нужны будут в дальнейшем другим ученикам школы. Виртуальные выставки также пополнят содержание страницы Вашего ИБЦ. На страницах можно создать различные клубы по интересам и проводить виртуальные заседания этих клубов. Страниц в одной социальной сети может быть неограниченное количество. Главное, чтобы они были "живыми", т.е. регулярно обновлялись, комментировались и были интересны и полезны для разного контингента пользователей: от обучающихся и педагогов до родителей и администрации. Социальная сеть Facebook отличная платформа для профессионального общения. Здесь работают и постоянно занимаются самообразованием, а также черпают новые идеи для работы, осваивают новые технологии тысячи библиотекарей и педагогов-библиотекарей.

Регистрируйтесь, подписывайтесь на группы и профили работников библиотек всех видов, издателей, писателей и Вам откроется новый мир интересной профессиональной жизни.

Социальная сеть [Твиттер](#) прекрасный и эффективный инструмент для оперативного информирования о жизни Вашей библиотеки, ИБЦ или образовательной организации.

Таким образом, если использовать сразу несколько виртуальных площадок для обеспечения деятельности Школьного ИБЦ в Интернет выстроится дополняющая друг друга по функциональным, информационным возможностям система.

Чем чаще человек будет видеть в интернете информацию о деятельности библиотек, чем интереснее и актуальнее она будет, тем больше вероятность того, что он станет пользователем библиотеки или хотя бы подписчиком в блогах или социальных медиа. Непременное условие этого – наполнение сайта библиотеки, блога и страницы в социальных сетях увлекательным контентом, содержащим исследовательские статьи, ссылки на другие ресурсы, викторины, конкурсы, видео- и фотоматериалы.

Всё это является мощным инструментом привлечения пользователей в библиотеку, повышения её имиджа, продвижения чтения.

Задача библиотеки заключается в том, чтобы человек не просто блуждал по интернету, а как можно чаще посещал именно библиотечные представительства в сети, черпал на этих

страницах полезную, интересную, достоверную информацию, включался в диалоги с библиотекарями, постоянными пользователями и случайными посетителями, оставляя комментарии к постам, высказывая свои суждения по различным вопросам. Чем активнее мы будем рекламировать сетевую деятельность библиотеки в процессе реального общения с читателем, тем выше будет мотивация посещать библиотечные сетевые ресурсы. А чем чаще пользователь будет видеть интересную информацию о фондах библиотек, конкурсах, презентациях и других мероприятиях, тем больше вероятность того, что у него появится желание посетить библиотеку.

Немного общей информации об использовании виртуального представительства библиотеки в сети Интернет.

Довольно часто можно слышать сетования на то, что молодое поколение не умеет грамотно выражать свои мысли, причём как в устной, так и в письменной форме. Комментарии в библиотечных блогах могут служить обучающим инструментом. Если при общении с друзьями в различных мессенджерах пользователь позволяет себе допускать ошибки, оправдывая себя тем, что это личная переписка, не доступная широкому кругу лиц, то в библиотечных блогах он будет стараться выразить свои мысли грамотно. Примером для пользователя могут служить посты и комментарии, опубликованные библиотечными специалистами. Здесь же можно размещать и различные образовательные тесты. Реклама книг в интернете – необходимая составляющая библиотечной деятельности. До появления глобальной сети, выбирая произведения для чтения, мы полагались на мнения друзей, близких, библиотекарей. И сейчас для нас по-прежнему ценно мнение окружающих. Поэтому организация дискуссий по поводу прочитанных книг, рекомендации библиотекарей, размещение буктрейлеров, цитат из произведений, ссылок на электронные библиотеки и различного рода сервисы, позволяющие подобрать книгу по душе, – необходимый атрибут страниц библиотек в социальных медиа.

Постепенно в социальной сети будет формироваться активное сообщество обучающихся, педагогов, родителей Вашей школы.

Сообщество – это, прежде всего, средство для поддержания отношений и формирования мнения у самой активной, самой влиятельной части целевой аудитории библиотек. Социальная сеть может и должна служить площадкой для обсуждения, продвижения услуг библиотеки.

Что такое социальные медиа? Однозначного определения пока не существует. Это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой. Общение может принимать различные формы – пользователи могут делиться своим мнением, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, а также делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой, рекомендациями. Разновидности социальных медиа (по Википедии):

- Интернет-сообщества.
- Блоги.
- Социальные сети.
- Виртуальные игры.
- Сообщества по производству совместного контента.
- Совместные проекты.
- Геосоциальные сервисы.

Перед тем, как начать свое продвижение в социальных медиа, необходимо решить, где же необходимо действовать. Рассмотрим возможности, не требующие финансовых затрат, но способствующие укреплению имиджа библиотеки и диалогу с пользователями.

Блоги.

Блог – размещенный в Интернете дневник одного или нескольких пользователей. Популярными платформами для блогов - LiveJournal, Blogger, WordPress. Можно сказать, что блог – это разновидность веб-сайта, где записи расположены в обратном хронологическом

порядке. Блог может представлять личность или библиотеку, отдел библиотеки или библиотечное сообщество. Самое главное, что в нем есть записи на библиотечные темы. Формы подачи материалов могут быть разнообразны – короткое сообщение, заметка, выступление, статья, сценарий. Здесь можно разместить не только текст или фотографию, но и электронную презентацию, аудиозапись, видеоролик и даже целую брошюру. Есть возможность оставлять комментарии, а это значит, что в любой момент можно вернуться к опубликованным материалам и обсудить их.

Зачем нужен блог, если есть сайт?

Сайт – это холодная строгая деловая площадка, сайт должны уважать, он не обязан быть теплым и дружественным. А вот блог – должен. В блоге не нужна субординация, это неофициальное лицо библиотеки. В докладе Я.Л.Шрайберга на Крымской конференции в июне 2011 г. прозвучало, что в библиотеке должно быть несколько блогов, в т. ч. личный блог директора. Примером подобной работы может служить Библиотека-читальня им. И.С. Тургенева, в которой наряду с сайтом ведутся следующие блоги:

- Библиотека-читальня им. И.С. Тургенева.
- DICO QUOD SENTIO (лат.). Говорю, что думаю. Блог Татьяны Евгеньевны Коробкиной, директора.
- Музей в библиотеке.
- Блог Чеширского Кота. Отдел новейших информационных технологий.
- Тургеневка - новые поступления в читальный зал.
- Свидание с КИНЕМАТОГРАФОМ.

Думаю, никто не будет спорить с тем фактом, что в Сети (online) сближение людей происходит быстрее, чем в реальной жизни (offline). Поэтому вполне логично, что библиотеки должны стараться использовать Сеть не как средство воздействия, а как средство взаимодействия.

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке/персоне (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и т.д.), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети. Одна из обычных черт социальных сетей – это система «друзей» и «групп». Это сообщество пользователей Интернета, имеющих доступ к сети в зависимости от интересов и географической привязки, онлайн-овая среда, используемая с целью облегчить социальные взаимодействия, такие как обмен контентом, мнениями, опытом и актуальными медиа данными.

Основная российская аудитория социальных сетей сосредоточена в трех крупнейших проектах – «[ВКонтакте](#)», «МойМир» и «Одноклассники». Считается, что «[ВКонтакте](#)» – это социальная сеть для молодых, пользователи «в возрасте» традиционно предпочитают «Мой мир» и «Одноклассники».

Всемирным лидером является «Фейсбук», который выбирает наиболее «продвинутая» часть аудитории.

В марте 2016 года ежемесячная аудитория Фейсбук в мире составила 1,65 млрд. человек, что на 15% больше, чем годом ранее. По данным самого Фейсбук, ежедневно соц. сеть посещают около 1,09 млрд. пользователей, что является ростом в 16%, если сравнивать с предыдущим 2015 годом.

Первые места в рейтинге социальных сетей по популярности среди российских пользователей достаются [ВКонтакте](#) и Одноклассникам. Эти сайты пока что уверенно лидируют в России, и, по опросу аудитории, 39% и 32% опрошенных заявили, что имеют аккаунты в этих соц. сетях и пользуются ими. Немного не в тему, но хочется добавить, что на среднестатистического пользователя уже приходится целых 7 аккаунтов в соц. сетях!

Что касается гиганта мирового социального сообщества Фейсбук, то он пока остается на третьем месте (24%), хотя и прибавил в темпах роста по сравнению с прошлыми годами.

На четвертом месте у нас идет Skype. Это, конечно, не социальная сеть, но в связи с небывалой популярностью сервисов обмена сообщениями во всем мире, подобные сайты и приложения теперь включаются в официальную статистику, так как все больше и больше оттягивают внимание пользователей на себя.

Постепенно умирающая соц. сеть Google+ пока еще остается в списке и занимает почетное пятое место у россиян. Если говорить о мировой статистике, то Google+ вовсе не участвует в рейтингах в связи с низкой популярностью.

6 и 7 строчки в чарте соц. сетей достались WhatsApp и Viber, аккаунты в которых имеют 15% опрошенных пользователей. Viber пока еще достаточно популярен среди русскоязычных пользователей, но на мировом уровне очень сильно уступил приложению WhatsApp, ежемесячная аудитория которого уже насчитывает [1 млрд. человек](#).

Далее у нас идет Инстаграм, который разместился на 8 месте в списке и теперь опережает [Твиттер](#). Что интересно, Инстаграм и [Твиттер](#) очень ревностно конкурируют за мировую аудиторию. Хоть [Твиттер](#) и не хочет пока этого признавать, но Инстаграм удалось сместить его на одну позицию, как в мире, так и в России.

Замыкает нашу горячую десятку еще одно детище Фейсбук — [Facebook Messenger](#). Как ни крути, а мессенджеры продолжают покорять сердца пользователей, которые уже устали от информативного штурма в соц. сетях и пытаются общаться с друзьями в более закрытой обстановке. В этом году в списке фигурируют три мессенджера.

Подробный обзор популярности социальных сетей в России можно посмотреть [здесь](#)

Что дает школьному ИБЦ работа в социальных сетях:

- Появляется возможность заявить о себе огромнейшей аудитории.
- Группа в социальной сети – это прямое общение с читателями. Станьте к ним ближе, общайтесь с ними! Возможно, они станут вашими друзьями и партнерами. Социальные сети разрушают грани – это их главное достоинство.
- Оперативно узнаете мнение пользователей по поводу проходящей акции или изменения режима работы, выясните их пожелания и предпочтения.
- Появляется возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах или мероприятиях и распространить эту информацию дальше.
- Рекламируется библиотека и услуги

Основные этапы продвижения библиотеки в социальных сетях

I. Подготовительный этап

В школьном ИБЦ удобно создать рабочую группу для создания и ведения веб-странички (это могут быть обучающиеся, активно посещающие библиотеку). Эффективнее создать рабочую группу из 2-3 человек. Эти люди должны иметь навыки работы в Интернете, быть в гуще библиотечной жизни и уметь неформально рассказать о событии. Удобнее, когда каждый отвечает за свою тему. Например, кто-то добавляет последние новости, а кто-то наполняет страничку видеосюжетами и фотографиями.

Составьте график размещения публикаций минимум на два месяца вперед. Одна публикация в неделю – достаточно для начинающих. Сделать больше вы всегда успеете.

Подберите информацию для наполнения страницы на первые две-три недели ее функционирования. Затем коллегиально с участниками группы определите основные темы для отражения на странице Вашего ИБЦ.

Определите потенциальную аудиторию и выберите соответствующую социальную сеть.

Для начала лучше сосредоточить внимание на небольшой аудитории и какой-то одной социальной сети. По утверждению экспертов проектом, ориентированным «на всех», вероятнее всего, не будет пользоваться никто. Поэтому нужно ответить себе на вопрос: кто ваши пользователи, сколько их, и где их можно найти? Скорее всего, для общения с обучающимися подойдет социальная сеть «[ВКонтакте](#)».

Выберите вид странички (коллективная или индивидуальная) и определите характер подаваемой информации.

В основном для продвижения своих услуг в социальных сетях библиотеки создают группы либо публичные страницы. Интересно, когда библиотеки используют выдуманный виртуальный персонаж, или литературного героя. Соответственно информация на страничке должна не просто рассказывать о деятельности библиотеки, но и иметь личностный характер, отражать интересы и увлечения авторов, его отношение к событиям.

В социальных сетях распространена практика использования аватарок и ников. Аватарка - это небольшое изображение, характеризующее владельца, либо отображающее его в прямом смысле слова (фотография); ник – имя, тоже может быть реальным или вымышленным. Разработать образ (если страничка заполняется от имени виртуального персонажа).

II. Основной этап

Зарегистрироваться в сети. Прежде чем создать страницу в социальной сети, нужно зарегистрироваться – ввести на странице регистрации логин или адрес электронной почты и пароль. В последнее время для удобства пользователей, использующих не одно сообщество в Интернете, создан ресурс «Будь в СЕТИ!», который избавляет от регистрации на каждом из сайтов - достаточно зарегистрироваться в одном месте и, не регистрируясь на других сайтах, быть авторизованным на них по своей единой учетной записи. С начала 2011 года стать пользователем [ВКонтакте](#) можно по приглашению одного из участников. Когда Вас пригласит кто-нибудь из Ваших друзей, на Ваш телефон придет сообщение с логином и паролем для входа.

Заполнить страницу. После регистрации нужно заполнить основную страницу. Можно привести реальные данные, а можно и придумать свой мир в соответствии с выбранным образом. Можно добавить статус — это небольшая строчка вверху странички пользователя «[ВКонтакте](#)». В этой строчке пользователь может написать все что угодно, все, что он чувствует или думает. Для начала хорошо добавить несколько интересных аудио- и видеороликов и создать альбом с фотографиями. Можно также заполнить разделы: Мои заметки и Мои встречи, настроить Приложения. У себя на стене можно написать о каком-либо недавнем книжном или библиотечном событии.

Ведение страницы. Добавить первых друзей, вступить в группы. Для начала нужно пригласить максимальное количество знакомых, но тех, которым это общение будет интересно. Очень хорошо, если среди них есть известные и авторитетные для потенциальной аудитории личности. В друзья могут быть приглашены ведущие, гости, члены клубов и литературных гостиных, местные авторы, активные читатели и т.д. Принадлежность к каким-либо группам по интересам также добавит весомости страничке и поспособствует расширению круга друзей. При желании профессионального общения, можно найти коллег.

Наполнение страницы новым материалом. Делать это нужно оперативно, фотографии с прошедших встреч выкладывать желательно в этот же день. Думайте, как репортер. Ищите самые интересные темы и идеи, относящиеся к работе библиотеки. Делитесь этой информацией с пользователями.

Реклама ресурса. Действуя в социальных медиа, важно помнить про интеграцию с библиотечным сайтом. Ресурсы нужно объединить кнопками, ссылками друг на друга, анонсами публикаций. Это позволит привлечь новых пользователей на официальный сайт и откроет новые возможности для распространения контента.

О присутствии в социальных медиа нужно рассказать посетителям библиотеки. Можно размещать рекламные объявления, раздавать визитки, сообщать на мероприятиях, беседовать при обслуживании читателей. Данные о страничке в социальной сети можно внести в издательскую продукцию библиотеки – буклеты, закладки, флаеры. Организовать презентацию страницы. Чтобы заявить о странице как можно большими способами, можно рассказать о ней на каком-либо ближайшем книжном празднике.

III. Анализ эффективности.

Первые промежуточные итоги, позволяющие судить об успешности работы в социальных сетях можно подводить спустя месяц-два. О росте популярности будет говорить увеличивающееся количество друзей, комментарии к вашим материалам и ссылкам,

подписчики, общение через Личные сообщения. При успешности проекта в одной социальной сети его модель можно перенести в другие. Если в какой-либо из указанных составляющих чувствуется пробел, нужно проанализировать ситуацию и попробовать ее изменить.

Помните, что люди приходят в социальные сети не столько за информацией, сколько за общением. Поэтому большую отдачу от сетевых сообществ получают пользователи с репутацией отзывчивых и доступных собеседников.

8 советов для работы в социальных сетях:

1. Отнеситесь к этому делу как к проекту, с целями и задачами, сроками и этапами, руководителями и ответственными;
2. Определите аудиторию. Составьте план: что и кому вы хотите рассказать.
3. Работайте в стиле СМИ. Вам нужны хорошие тексты, хорошие фото и форматный выпуск материалов. Не забывайте, что контент в социальных медиа – это повод для беседы. Старайтесь создавать тексты, подразумевающие дискуссии в комментариях. Пишите ясно и просто, чтобы было легко разобрано неискушенному читателю.
4. Понравьтесь вашим читателям. Придумайте стиль. Они смогут нажать кнопку "Мне нравится", что привлечет их друзей (бесплатная реклама). Поводом могут стать интересные фото мероприятий, интервью с известными людьми, конкурсы и т.п.
5. Публикуйте отчеты о мероприятиях. Превратите вашу страничку в фан-клуб. Старайтесь отмечать имена участников на фото, что может быть еще одним способом привлечения "Друзей".
6. Позвольте читателям влиять на библиотеку. Предложите своим пользователям выбрать, кого из знаменитых людей пригласить на следующую встречу.
7. Дайте возможность обсуждать вас. Не бойтесь критики, это нормально.
8. Экспериментируйте. В социальных сетях все стремительно обновляется. Неизменно одно: люди поддерживают интересные проекты.

20 основных ошибок продвижения в социальных сетях:

1. Длинные нечитабельные тексты «простыни»
2. Неуместность и несоответствие контента сообществу.
3. Продвижение в местах отсутствия спроса и целевой аудитории.
4. Отсутствие живых представителей с лицами, именами и чувствами.
5. Построение обсуждений вокруг бренда, вместо его сферы деятельности.
6. Сложность оперативного экспорта и перемещения контента.
7. Публикации, вместо диалога и развлечения аудитории.
8. Некорректная работа с комментариями и дискуссиями.
9. Непонимание технологии яркого анонсирования материалов.
10. Продвижение своего продукта, вместо сравнения продуктов.
11. Жадность: ссылки, вместо эксклюзивной информации и материалов.
12. Прямое навязчивое предложение без построения отношений с аудиторией.
13. Неестественные и льстивые комментарии.
14. Публикации, без возможности дополнений участников общения.
15. Распыление на многие социальные сети, вместе фокусировки на нескольких.
16. Спешка, без знакомства и возможности построить доверие.
17. Корпоративные новости, вместо трендов ниши рынка.
18. Отсутствие ярких интересных изображений.
19. Сухой, несобытийный стиль подачи информации.
20. Фокусировка на продажах, а не людях.

До создания своих ресурсов побудьте сначала гостем в библиотечных блогах, группах в соцсетях. Сразу станет ясно, каких компетенций вам не хватает для онлайн-работы. В заключение **несколько советов, как начать свое продвижение в социальных медиа.**

Как всё-таки сделать выбор библиотеке?

Нужно помнить, что главное – не бояться экспериментов и следовать простому алгоритму:

проанализировать категории своих пользователей;
 изучить присутствие ваших пользователей в социальных сетях;
 выбрать 3–5 соцмедиа для активной работы, включив в список те, где уже присутствуют ваши читатели и где они могут появиться (самые популярные соцсети).
 Наши зарубежные коллеги (из Social Networking Librarians) советуют 10 вещей, которые можно поместить на страницу вашей библиотеки в Фейсбук:

1. Фото вашей библиотеки.
2. Видео о библиотеке или иное важное для библиотеки видео
3. Календарь библиотечных событий
4. Ленту rss feed (с помощью этого формата очень удобно получать и читать новости любимых блогов, не заходя в блоги) на ваш библиотечный блог
5. Контакты библиотеки
6. Часы работы библиотеки
7. Виджет - путеводитель по библиотеке
8. Онлайн-опрос пользователей относительно услуг библиотеки
9. Информацию о новых поступлениях в библиотеку
10. Ссылки на популярные базы данных и другие электронные ресурсы библиотеки

Далее :

Выберите форму площадок для работы в социальных медиа (блог, страница или группа в социальной сети, видеоканал на хостинге Youtube и т.д.).

Придумайте стиль, опишите основные принципы, создайте ключевые тексты, подберите аватары (Аватар - это маленькая картинка, которая наиболее полно отражает Вашу сущность, внешность, характер, маленький кусок графики, который воплощает и улавливает самую сущность Вас, эдакая электронная душа человека.).

Разработайте концепцию (примерный перечень тематических разделов для страницы, частота наполнения, использование аудио-видеоматериалов, примерный «редакционный план» на первые месяц-два работы).

Подберите информацию для наполнения страницы на первые две-три недели ее функционирования.

Постарайтесь оптимально организовать работу (порядок создания «редакционного плана» и контента для наполнения площадок в социальных медиа, распределение обязанностей).

Не забывайте, что контент в социальных медиа – это повод для беседы. Старайтесь создавать тексты, подразумевающие дискуссии в комментариях. Пишите ясно и просто, чтобы было легко разобрано неискушенному читателю. Разъясняйте все, что нужно и можно разъяснить и объяснить.

Если по прошествии времени вы обнаружили, что активность работы в определённой сети резко уменьшилась или не приносит результата, попытайтесь принять меры по активизации, и при отрицательной реакции исключите её из своей работы (а лучше «заглушите работу») и активно работайте в другом направлении. При этом следует помнить, что наиболее эффективна работа в комплексе соцмедиа (блог, микроблог, видеоблог, соцсети и др.).

Познакомьтесь с некоторыми представительствами в социальных сетях

(Материалы мастер-класса [Огневой И.Продвижение библиотеки в социальных сетях](#))

Социальная сеть	Форма	Возможности	Примеры
	Аккаунт		Дмитрий Емец , Иоанн Эрмит , Маруся Библиотечная , Библиотека историй ,
	Группа	Позволяет активно взаимодействовать с людьми, которые могут принимать	БаБаКа ~сообщество любителей детской книги~ , Книги, изменившие мою жизнь , Хорошая книга и чашечка кофе , Мурманский

<p>ВКонтакте</p> <p>Преимущества: популярность у молодежи; многочисленная и активная аудитория; популярность сообществ, в которые пользователи склонны вступать, общаться в них и получать оттуда информацию; наиболее подробно заполненные профили.</p> <p>Недостатки: большое количество спама и нелегального контента.</p>		<p>участие в создании контента и обсуждении</p> <p>Может быть открытой (пользователь, не вступая, имеет доступ к содержанию группы) и закрытой (нужен запрос на вступление, одобренный модератором).</p>	<p>меридиан, "Гайдаровка", Чтение - фитнес для ума, Библиомания,</p>
	Страница	<p>По сравнению с группами обладают меньшим количеством функций, например, отсутствует раздел "Новости"; нет возможностей сделать страницу закрытой или удалить участников.</p>	<p>Влюблённым в книги, Пять книг, Библиотека Гоголя, Библиотека в Марьино (Летняя читальня)</p>
	Мероприятие	<p>Организатором может конкретный человек или сообщество.</p> <p>Создавая мероприятие от имени сообщества, можно приглашать всех его участников (лояльная аудитория).</p> <p>Можно изменить организатора на другое сообщество и использовать ресурсы другой группы, в которой вы или ваши партнеры являются администраторами</p>	<p>Вокруг света за Библионочь, Квест, приуроченный ко Дню знаний</p>

		.	
	Аккаунт	Можно преобразовать личный аккаунт в страницу Facebook .	Публичная Библиотека Новоуральск, Библиотека Кота Ученого,
 <p>Фейсбук Преимущества: отличные технологии; отсутствие нелегального контента; популярность в крупных городах. Недостатки: сложность интерфейса;</p>	Группа	Чаще всего направлена на общение между людьми по узкой тематике. Возможность регулировать доступ к группе (открытые, закрытые и секретные группы). Есть возможность отправлять сообщения участникам группы (если в ней не более 250 участников). Участники группы по умолчанию получают уведомления, когда кто-то из членов группы размещает материал в группе. Члены группы могут участвовать в чатах, загружать фотографии в альбомы с совместным доступом, совместно работать над документами группы и приглашать тех участников, которые являются друзьями, на групповые события. В настоящее время	Школьные библиотеки Новоуральска, Неконференция библиотечных блогеров, Журнал о детской литературе "Переплет"

		преобразование групп Facebook в страницы не поддерживается.	
	Страница	Можно оформлять так же, как профили, добавляя в них публикации, приложения, размещая мероприятия и выполняя другие действия. Возможности знакомиться со статистикой.	Издательский дом "Самокат", Читающий город, Библиотека-читальня им. И.С. Тургенева
	Мероприятие	Можно указать место проведения и время, выбрать настройки конфиденциальности, приглашать других гостей, загружать фотографии, делиться публикациями.	#Прогулочная №6. "БОЛЬШАЯ ПРОГУЛКА", Давайте дружить городами!
 <p>Твиттер Преимущества: оперативность, мобильность аудитории, быстрота публикаций. Недостатки: ограничение 140 символами, небольшое количество возможностей.</p>	Аккаунт		@Biblio_Globus , @bookmix , @kraevushka

Примеры представительств библиотек в социальных сетях:

[Каталог библиотечных сайтов](#) (есть ссылки на представительства в социальных медиа)

[Кольцо библиотечных групп](#)

[Библиотеки в Facebook : каталог](#)

Некоторые примеры практического использования социальных сетей в библиотеках и ИБЦ.
Группы:

“Школьные библиотеки нового поколения”

<https://www.facebook.com/groups/1274949352576435/>), закрытая группа;

“Школьная библиотека: сегодня и завтра”

(<https://www.facebook.com/groups/756852347765488/>), общедоступная группа;

“Современная библиотека” (<https://www.facebook.com/groups/169569279812005/>), закрытая группа;

“РШБА Русская школьная библиотечная ассоциация” (<https://www.facebook.com/groups/rusla1/>), общедоступная группа;

“Российская библиотечная ассоциация” (<https://www.facebook.com/groups/459346130773020/>), общедоступная группа;

“Библиотечные страницы” (<https://www.facebook.com/groups/519343791414291/>), общедоступная группа;

Страницы:

“Электронные книги на ЛитРес” (<https://www.facebook.com/mylitres/>);

“Книжный шкаф детям” (<https://www.facebook.com/childbookcase/>);

“Библиотека им. Н. В. Гоголя” (https://vk.com/gogol_lib);

“Симоновка” (<https://vk.com/simonovka>);

“Открытая библиотека” (https://vk.com/open_lib);

Странички литературных героев (<http://biblio-media.blogspot.ru/2015/06/blog-post.html>), результат реализации проекта “Литературные герои в социальных сетях”;

Социальные сети Интернета. Общие принципы построения

Все социальные сети строятся по одному принципу. При этом каждая социальная сеть имеет свои особенности.

Чтобы начать общение в социальной сети, нужно пройти регистрацию – заполнить форму-анкету. Как правило, регистрацию требуется подтвердить. Для этого вам нужно будет зайти в свой электронный почтовый ящик, открыть пришедшее письмо и пройти по ссылке.

Чтобы стать активным пользователем социальной сети, нужно:

1. зарегистрироваться;
2. добавить информацию о себе;
3. добавить свое личное фото;
4. найти друзей;
5. выкладывать свои фотографии;
6. общаться; комментировать записи;
7. создать или вступить в группу по интересам

Если вы уже имеете свою страничку в социальной сети, для регистрации в другой соцсети или на другом сайте не нужно вновь заполнять форму. Достаточно нажать на надпись «**Войти как пользователь (указание социальной сети)**», либо на значок той социальной сети, в которой уже есть ваш профиль. Программа, установленная на сайте, автоматически заполнит форму для регистрации.

После регистрации во всех социальных сетях вы заводите свою страничку (аккаунт, профиль). Вам предложат подробнее рассказать о себе. Вы сможете добавить место жительства, школу и вуз, в которых учились, рассказать об интересах.

Рекомендуется добавить главную фотографию на страничку. Это может быть ваш портрет. А может быть отвлеченная картинка (аватар). Если вы укажете вымышленные имя и фамилию, разместите в профиле не личную фотографию, а, например, пейзаж, то вас не смогут найти друзья и близкие. В сетях «[ВКонтакте](#)» и «Фейсбук» при размещении главной фотографии вам предложат сфотографироваться. Если на компьютере есть веб-камера, то вы сможете сразу сделать фото - камера запустится автоматически.

Чтобы найти друзей и знакомых, нужно задать параметры для поиска (имя, фамилия, возраст и прочее). Можно предложить потенциальному собеседнику дружбу или добавить в друзья. В ответ он может подтвердить или отклонить вашу заявку. Затем вы всегда сможете найти его во вкладке «Друзья», если, конечно, он сам не удалится из списка ваших друзей.

Чтобы вернуться на главную страницу, нажмите левой кнопкой мыши на логотип в верхнем левом углу

Ссылки на профиль пользователя во всех социальных сетях выглядят однотипно: это главная фотография, а рядом имя и фамилия. Может быть также указан возраст и город проживания. Чтобы зайти на страницу пользователя, нужно кликнуть на его имя. Если этого человека у вас нет в друзьях, возможно, вы не увидите всю личную информацию данного пользователя на открывшейся странице. Но вверху всегда есть информация о последнем визите в социальные сети.

Если пользователь находится в сети Интернет в данный момент, около ссылки на его профиль (в верхнем углу главной фотографии) будет стоять точка зеленого, желтого или синего цвета. А на странице профиля будет написано «on-line».

Общение в социальных сетях многие пользователи ведут ежедневно. Это может быть публичная информация, которую видят все пользователи. Вы можете размещать комментарии на своей странице, комментировать фотографии своих друзей, записи на стенах в группах. Также в социальных сетях можно вести личную переписку. Видят ее только вы и ваш собеседник. Есть сервис обмена мгновенными личными сообщениями в режиме реального времени (чат). Это удобно для быстрого общения.

Всю свою личную переписку вы можете найти в разделе «Сообщения». Около него также будет появляться цифра, обозначающая количество полученных вами непрочитанных сообщений. К своим личным сообщениям и публичным комментариям вы можете прикреплять фотографии, картинки, документы, видео, музыку.

Во всех социальных сетях предусмотрена возможность оценить фотографию или запись пользователя. Для этого под публикацией нужно нажать кнопку «Нравится», или «Класс!», или «Like» (лайк). Чем больше оценок набрала публикация, тем более она популярна среди участников социальной сети.

В социальных сетях можно найти странички групп по интересам. Их создают пользователи, стараясь привлечь в свою группу как можно больше участников. Это могут быть странички, где продаются товары и услуги или где общаются по интересам. Вы можете создать свою группу либо вступить в уже созданную. Чтобы выбрать нужную группу, многие смотрят, на какие группы подписаны их друзья. Интересы часто совпадают.

Все кнопки управления информацией на странице в социальных сетях интуитивно понятны.

Некоторые имеют не подписи, а изображаются символами:

- скрепка – прикрепить файл;
- речь – сообщение;
- конверт – сообщение;
- фотоаппарат – фотография;
- видеокамера – видео;
- поднятый верх большой палец - отметка «Нравится»;
- фигурки людей – друзья;
- глобус – события;

- замок – безопасность.

Когда вы наводите курсор мыши на ту или иную надпись, кнопку или изображение, появляется пояснение. Используйте эту функцию, чтобы изучить все возможности социальной сети.

Если возникают вопросы, воспользуйтесь разделом «Помощь», «Задать вопрос» или «Справка». Они есть в каждой социальной сети. Также в сети Интернет много советов от пользователей, как выкладывать музыку, создавать сообщества и быть активным участником социальной сети.

Правила безопасности в социальных сетях

Социальные сети – самые посещаемые интернет-ресурсы. Поэтому их часто используют мошенники для кражи личных данных. Статистика показывает, что ежедневно в различных социальных сетях появляются до 750 тысяч злоумышленников. Чтобы обезопасить себя, нужно соблюдать следующие простые правила.

!!! Не размещайте на своей странице:

1. номер домашнего, рабочего и мобильного телефона;
2. точный адрес места жительства;
3. паспортные данные;
4. планы о поездках с указанием даты.

1. Адрес социальной сети лучше всегда вводить вручную в строке браузера. Можно также использовать закладки.
2. Никогда не переходите на сайт по ссылкам, которые вдруг появляются на экране вашего компьютера и информируют о том, что ваша страничка в «Одноклассниках» или «ВКонтакте» взломана – это уловка мошенников.
3. Старайтесь не заходить с чужих компьютеров на свою страничку в соцсетях. А если возникла такая необходимость, то работайте в браузере в режиме «инкогнито». Тогда на компьютере не сохранятся ваши данные.
4. При заполнении данных на своей страничке (профиле), не пишите паспортные данные, номер своего телефона, домашний адрес.
5. Не публикуйте в своей ленте новостей свои планы о поездках, особенно, если дома в это время никто не останется. Лучше после возвращения выложите фото из своего путешествия.
6. Не рассказывайте о себе сведения, которые могли бы отразиться на вашей репутации.
7. Внимательно относитесь к добавлению друзей. Старайтесь не добавлять незнакомцев.
8. Не нажимайте на ссылки, которые вам присылают незнакомые люди. А если странное сообщение со ссылкой пришло от друга или близкого человека, лучше перезвоните ему и поинтересуйтесь, что за ссылку он прислал.
9. Не доверяйте виртуальным знакомствам. Ваш собеседник может оказаться не тем, за кого себя выдает. В соцсетях много поддельных профилей известных людей. Не принимайте финансовые или коммерческие предложения от незнакомцев.
10. Вы можете настроить свою страничку так, что отдельная информация будет видна только вам или вам и вашим друзьям.

Любой компьютер сохраняет в памяти историю вашего пребывания в Интернете. В режиме "инкогнито" история вашей работы в Интернете не сохранится.

Чтобы поставить режим "инкогнито" в программе для доступа к сети Интернет, нужно:

- открыть программу Яндекс-браузер;
- на открывшейся странице в правом верхнем углу кликнуть по значку «Настройки»;
- в открывшемся окне навести курсор на строчку «Дополнительно»
- в появившемся меню кликнуть по надписи «Новое окно в режиме инкогнито»;

- в открывшейся новой странице браузера можно начинать работать. Ваши пароли и страница в соцсетях на компьютере не сохранятся.

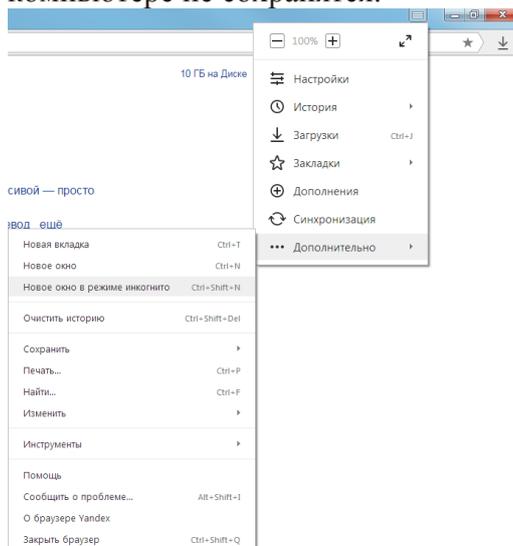


Рисунок 29 Установка режима «Инкогнито»

В других браузерах режим "инкогнито" настраивается аналогично. Например, в браузере **Google Chrome** нажимаем на кнопку в верхнем правом углу "**Настройка и управление Google Chrome**" и в открывшемся окне выбираем строчку "**Новое окно в режиме инкогнито**".

Контент социальных сетей: рекомендации специалистов

Контент - любое информационное наполнение чего-либо (англ. content — содержание). Это может быть текст, аудио, видео, фотографии и картинки, инфографика, презентации, вебинары, развлекательные игры и т.д. Контент делится на уникальный (копии которого отсутствуют в поисковых системах) и не уникальный.

"Контент — это актив, превращающий читателей в фанатов — людей, которые станут адвокатами вашего бренда. Это источник расширения аудитории и степени влияния. Контент выделяет вас на фоне других участников рынка и помогает завоевывать лидерские позиции" (Д.Каплунов "Контент, маркетинг и рок-н-ролл").

Познакомьтесь с материалами, посвященными контенту в социальных сетях.

Публикации о контенте

- [Контент для социальных сетей](#)
- [Правильный контент для социальных сетей](#)
- [Как создать контент, который сделает ваш контент-маркетинг эффективным](#)
- [Как создавать виральный контент для социальных сетей: 7 советов](#)
- [Инфографика: Секретная формула идеального вирусного контента](#)

Контент-план - это заранее подготовленный список материалов для публикации в сообществе, ваше расписание. Контент-план можно составить на неделю, на месяц или на тот срок, который вам удобен. Удобно иметь постоянные рубрики или серии публикаций, например: "Библионовости", "Экранизация", "Новинки", "День в истории", "Юбилей" и т.д. Сам план можно редактировать, что-то изменять и ничего страшного не произойдет, если он иногда будет не выполнен.

План можно записать в блокноте, сделать таблицу или список, а можно использовать дополнительные сервисы, например, Google Календарь или карты памяти (интеллект-карты). Размещать материалы в запланированный срок поможет функция публикации отложенных сообщений, имеющаяся в самих социальных сетях (таймер можно найти по картинке с

часиками около сообщения) или дополнительных инструментах [Buffer](#), [HootSuite](#), [Time2Post](#) и др.

Таблица 1 Пример контент-плана публикаций в сообществе

Тип контента	Темп публикаций	Срок
Новости нашей библиотеки	Два раза в неделю	Среда
Рассказ о книге из библиотечного фонда	Раз в неделю	Понедельник
Публикация о писателе	Раз в неделю	Вторник
Интересные факты, связанные с библиотеками или книгами	Два раза в неделю	понедельник, суббота
Буктрейлер	Раз в месяц	Пятница
Развлекательный контент на тему, связанную с книгами, чтением и т.п.	Два раза в неделю	понедельник, суббота
Конкурс	Раз в месяц	Суббота

Социальная сеть ВКонтакте

Первые интернет-ресурсы с элементарным набором социальных функций, с помощью которых люди могли взаимодействовать внутри сети, появились еще в конце 80-х годов прошлого столетия. В этом факте не было ничего неожиданного — общество само по себе представляет группы людей, связанных различными отношениями и поэтому вынужденных контактировать между собой. Интернет просто представил для этого новые технические возможности. Перенос некоторых видов общения в глобальную паутину значительно их облегчал, поэтому ресурсы с социальным направлением пользовались большой популярностью и быстро развивались.

Всё начиналось с первых досок объявлений, сайтов знакомств, чатов. Первым, наиболее приближенным к современному виду социальных сетей, стал запущенный в 1997 г сайт «Six Degrees», на котором можно было не только создать профиль, но и подружиться с другими пользователями. Следующим качественным шагом был [LiveJournal](#), отличающийся от предыдущих статических сайтов возможностью постоянного обновления пользовательских блогов.

Первая же полноценная социальная сеть, в ее сегодняшнем понимании — это Friendster, с помощью которого можно было найти своих друзей, потом, среди их списков, новых друзей и так далее. То есть, сеть постоянно расширялась по схеме, предполагающей, что люди с общими друзьями и знакомыми скорее образуют пары, чем те, кто их не имеет.

2003 год открыл миру MySpace. К 2006-му он уже стал самой популярной сетью в мире. Новшество его состояло в возможностях настройки внешнего вида профиля.

Следующий фаворит, [Facebook](#), позволил размещать на профилях фотографии и видеофайлы. Первоначально он задумывался как [социальная сеть](#) для гарвардских студентов, но быстро включил другие вузы, а потом и людей, не имеющих отношения к образованию.

Основанный в 2004 году, он быстро набирал популярность и уже в 2008 имел наибольшее количество пользователей среди всех сервисов подобного рода.

Здесь мы остановимся, потому что уже вплотную подошли к истории создания самой популярной на сегодня сети в Рунете — интернет-ресурсу [ВКонтакте](#).

Учредителями [ВКонтакте](#), по данным газеты «Ведомости», являются сын известного российского предпринимателя Михаила Мирилашвили Вячеслав и его дед, а также Павел Дуров и Лев Левиев.

Павел Дуров — выпускник филологического факультета Санкт-Петербургского Государственного Университета. С детства увлекался программированием, и уже в школе мог похвастаться такими шалостями, как размещение на заставке у всех школьных компьютеров фотографии учителя информатики с подписью «Должен умереть». Во время учебы в университете создал несколько популярных среди студентов интернет-проектов.

Создание своего аккаунта в ВКонтакте

Несколько шагов по созданию своего аккаунта в ВКонтакте:

1. Создание аккаунта [ВКонтакте](#) начинается с того, что нужно перейти на главную страницу этой социальной сети. Для этого в адресной строке браузера достаточно прописать доменное имя этого ресурса — *vk.com* и нажимаем по кнопке Enter. При первом же попадании на главную страницу этого сервиса вам тут же будет предложена регистрационная форма и форма для авторизации. Есть также и колонка с названием «**Моментальная регистрация**», что весьма практично, а начинать создание аккаунта целесообразно именно с нее.

Здесь есть несколько полей для ввода текста, где нужно указать имя, фамилию и дату вашего рождения. Проходить регистрацию посредством этой формы крайне удобно, так как изначально нужно затратить минимум времени на создание нового аккаунта. Когда данная информация будет предоставлена, останется нажать по кнопке «**Зарегистрироваться**», что расположена внизу предложенной формы.

Впервые ВКонтакте?
Моментальная регистрация

Ваше имя

Ваша фамилия

Дата рождения ?

День ▼ Месяц ▼ Год ▼

Зарегистрироваться

Продолжить с Facebook

Рисунок 30 Регистрация в ВКонтакте

Заполняем все поля для моментальной регистрации

Обратите внимание на то, что пользователи, которые до этого были зарегистрированы на [Facebook](#), могут авторизоваться в этой социальной сети посредством этого профиля. Если этот вариант для вас не подходит, то не стоит отчаиваться, поскольку можно создать аккаунт и без этого. После предоставления начальной информации откроется окно, где можно будет продолжить создание учетной записи. Говоря о том, как создать аккаунт [ВКонтакте](#), это самый начальный этап данного мероприятия.

2. В поле для ввода текста потребуется ввести номер мобильного телефона. Проследите за тем, чтобы по итогу не допустить ошибки, поскольку иначе завершить регистрацию успешно не представится возможным. Этот номер будет служить для идентификации вас внутри сайта и отправки на него всех важных уведомлений. Введите свой действующий номер телефона и нажмите на кнопку **«Получить код»**.

Подтверждение регистрации

Для защиты Вашей страницы мы вышлем на Ваш мобильный телефон **бесплатное** сообщение с кодом.

Мобильный телефон

+7

Получить код

Рисунок 31 Подтверждение регистрации

Вводим номер телефона для защиты страницы

3. После этого код будет прислан на ваш телефон в формате текстового сообщения и останется ввести его в специальном поле на сайте и нажать на кнопку **«Отправить код»**.

Важно: На один мобильный номер возможно зарегистрировать только один аккаунт в социальной сети **ВКонтакте**. При попытке регистрации на него очередной учетной записи не получится добиться желаемого результата, и система уведомит вас о том, что пользователь с таким номером уже зарегистрирован.

Подтверждение регистрации

Для защиты Вашей страницы мы вышлем на Ваш мобильный телефон **бесплатное** сообщение с кодом.

Мобильный телефон

+7

Указать другой номер

Код подтверждения

Введите код сюда

Отправить код

Рисунок 32 Подтверждаем номер своего телефона

4. Следующий шаг создания аккаунта ВКонтакте — создание пароля для вашего аккаунта в рамках этой социальной сети. Он должен состоять минимум из шести символов. Постарайтесь придумать его из сочетания букв и цифр, при этом можете использовать символы не только кириллицы, но и латиницы в разном регистре. Все это сделает вероятность взлома учетной записи максимально маловероятной. Чем сложнее будет пароль, тем лучше, однако следует записать его на какой-то листик или сохранить в электронном варианте, создав отдельный текстовый документ на своем компьютере. Когда пароль будет придуман, нажимаем по кнопке **«Войти на сайт»**.

Подтверждение регистрации

Для защиты Вашей страницы мы вышлем на Ваш мобильный телефон **бесплатное** сообщение с кодом.

Мобильный телефон

Код подтверждения

Пароль

Не менее 6 символов в длину

[Войти на сайт](#)

Рисунок 33 Придумываем и вводим пароль

5. Завершение регистрации и настройка личной страницы начинается именно с этого этапа. Первым делом вам будет предложено загрузить аватар — фотографию. Вы можете сделать это, а можете и пропустить данный шаг. Если вы хотите, чтобы другие пользователи видели вашу фотографию или могли узнавать вас по ней, то стоит все же выбрать удачный снимок и опубликовать его на сайте. Если же вы желаете остаться инкогнито, то делать этого не следует. Все зависит от вашего желания и цели регистрации в данной социальной сети.

Добавьте фотографию

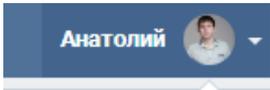
Друзьям и знакомым будет проще Вас узнать, если Вы загрузите на страницу свою фотографию.



[Загрузить фотографию](#)

Рисунок 34 Загружаем на свою страницу фотографию

6. Заполнение информации о себе — довольно важный шаг, который стоит брать во внимание. Говоря о том, как создать аккаунт **ВКонтакте** отметим, что на ней должна быть хоть какая-то информация о вас. Для того, чтобы внести эти сведения достаточно кликнуть в верхнем правом углу по вкладке с вашим именем. Сразу же появится список с опциями, но среди них нас пока интересует только вкладка **«Редактировать»** — кликаем по ней.



Анатолий 

[Моя страница](#)

[Редактировать](#)

[Настройки](#)

[Помощь](#)

[Выйти](#)

Рисунок 35 Редактирование

7. Вкладка «Основное» появляется первой. Здесь есть достаточно много полей, которые можно заполнить или отредактировать по вашему усмотрению. Когда все данные будут введены, вы можете кликнуть по кнопке **«Сохранить»**, чтобы внесенные изменения

вступили в силу. Если же есть желание продолжить внесение данных о себе, то следует в правой колонке выбрать соответствующий раздел и кликнуть по нему. Вы тут же окажетесь в его настройках и сможете внести нужные данные о своей персоне. Можно заполнить все поля каждого раздела, а можно только те, что вы сочтете нужными. Чтобы создать аккаунт [ВКонтакте](#) должным образом, следует указать некоторые данные о себе.

Рисунок 36 заполняем информацию о себе

Имеются следующие разделы:

- **Основной** — здесь можно указать базовые сведения о себе;
- **Контакты** — раздел, где указываются контактные данные, то есть — номер телефона, скайп, почтовый адрес и другие;
- **Интересы.** Тут можно указать то, чем вы увлекаетесь, что облегчит поиск единомышленников;
- **Образование.** Здесь можно указать вуз, в котором вы проходили обучение, чтобы можно было найти сокурсников, преподавателей и других людей, которые также связаны с этим заведением;
- **Карьера.** Этот раздел служит для предоставления сведений о вашем месте работы. Так будет проще находить коллег или рекламировать услуги организации, в которой вы работаете;
- **Военная служба.** Укажите часть, в которой служили или оставьте это поле пустым по своему усмотрению;
- **Жизненная позиция.** Этот пункт дает возможность продемонстрировать пользователям свою жизненную позицию и позволит упростить поиск людей, которые с такой же точно позицией.

Все эти поля могут быть заполнены, а могут быть оставлены пустыми по вашему желанию. Не стоит бояться, что кто-то может воспользоваться этими данными противозаконно. В настройках аккаунта можно выбрать, кто именно будет иметь доступ к личным данным. Говоря о том, как создать аккаунт [ВКонтакте](#) заметим, что сама по себе эта процедура предельно проста, но подготовка и настройка странички — это крайне ответственный этап. Если не хотите разглашать свои контактные данные посторонним людям, то просто скройте их в настройках приватности или же вовсе не указывайте.

Каждый пользователь, который зарегистрирован в этой социальной сети, может детально настраивать свой аккаунт, например, привязать к нему электронную почту, что позволит получать на нее уведомления о новых приглашениях в друзья, сообщества или письмах.

Кроме этого, доступна функция изменения адреса страницы — вы можете сделать его креативным и уникальным. Также каждый может выбрать язык интерфейса, который будет для него максимально комфортен. Подключите СМС-уведомления к своему мобильному номеру, чтобы на телефон получать дубликаты сообщений и уведомлений системы.

Настраиваем свой аккаунт [ВКонтакте](#)

Есть возможность предоставления доступа к личным данным для определенного круга людей, например, информацию о вас могут видеть только друзья, они и их друзья или же все пользователи. Может показаться, что процесс создания аккаунта [ВКонтакте](#) не так уж и прост, но это не так. Прodelать все эти операции вы сможете за несколько минут. Главное — уделить немного времени изучению основных возможностей этого ресурса. Все настройки просты и интуитивно понятны, при этом настраивать свою учетную запись можно уже по мере пользования сервисом.

Если вам нужно осуществить поиск людей, то сделать это можно всего за несколько минут. В форме поиска, попасть в которую можно, перейдя на вкладку «[Друзья](#)», что находится слева, следует ввести имя, фамилию, возраст и страну проживания человека, которого требуется отыскать. Чем больше информации вы сможете предоставить, тем лучше. Бывает так, что в результатах поисковой выдачи в рамках этого сервиса может присутствовать множество человек с теми же данными. В этом случае узнать нужного вам пользователя можно по фотографиям и другим данным, которые будут им указаны. Так или иначе, шансы отыскать нужных людей в сети достаточно высоки, если зарегистрироваться в этой социальной сети.

Говоря о том, как создать страницу [ВКонтакте](#) стоит заметить, что обзавестись ей может абсолютно каждый пользователь. Сегодня у всех имеется доступ к сети интернет и мобильные телефоны, а это все ресурсы, что вам потребуются. Многие из тех, кто однажды присоединился к этому проекту, до настоящего времени не жалеют об этом и ежедневно часами сидят на этом ресурсе. Здесь есть все необходимое не только для проведения досуга, но и для работы. Каждый может найти контент, который придется по нраву. Имеется множество тематических сообществ, где выкладывается интересный материал в рамках той или иной тематики. С каждым днем количество интересного контента в этой социальной сети продолжает расти, поэтому обязательно стоит быть в ней зарегистрированными.

Надо заметить, что вести деловые переговоры и рекламировать что-либо в рамках этого проекта достаточно удобно и выгодно. Есть множество инструментов для тех, кто зарабатывает в интернете. Внимательно ознакомившись с возможностями этого сервиса, вы будете приятно удивлены тем, что здесь множество всего полезного. Теперь можно будет отказаться от пользования всякими сторонними сервисами, например, для просмотра фильмов или прослушивания аудиоматериалов. Решайте сами, что и когда вы хотите получить от этого ресурса. Внутри него можно совмещать работу и отдых.

Процесс создания учетной записи предельно прост во многом из-за того, что создатели этого проекта уделили особое внимание интерфейсу. Он визуально прост и понятен, поэтому даже начинающие пользователи не будут сталкиваться с многочисленными проблемами. Дизайн крайне ненавязчивый, поэтому даже при длительном нахождении на просторах этой социальной сети ваши глаза не будут уставать. Заканчивая тему о том, как создать аккаунт [ВКонтакте](#) отметим, что это на самом деле просто и быстро, так что начинайте эту процедуру уже сейчас, чтобы поскорее получить возможность пользования всеми ресурсами, что предоставляются этим сайтом!

Как создать паблик (публичную страницу) в социальной сети [ВКонтакте](#)

Почему паблик называют пабликом, а не публичной страницей?

Потому что «паблик» — это сокращенное название «публичная страница», которое в свою

очередь произошло от английского слова public (сущ. — общественность, публика, народ)

Как создать паблик в [ВКонтакте](#)

Создать паблик в соц. сети [ВКонтакте](#) очень даже просто, ничуть не сложнее, чем создать группу.

1. Чтобы создать паблик (публичную страницу) в [ВКонтакте](#), прежде всего ваша страница обязательно должна быть привязана к номеру сим карты мобильного телефона.

2. Зайдите в свой аккаунт, и потом перейдите в раздел **«Группы»**, после чего нажмите на вкладку **«Создать сообщество»** навигация находится слева на странице вашего профиля. Если нет **«Группы»** зайдите в настройки страницы и во вкладке **«общее»** напротив пункта **«Меню сайта»** находятся **«Настроить отображение пунктов меню»** в списке ссылок которые бы вы хотели видеть в меню вашего профиля, поставьте справа галочки. Изменения сохраните.

Создание:

3. В открывшемся окошке в поле **«Название»** надо вписать название вашей будущей публичной страницы (после создания паблика вы его сможете изменить), а так-же выбрать **«Публичная страница»** (конечно, если вы не хотите создавать группу) Далее **«Создать сообщество»**

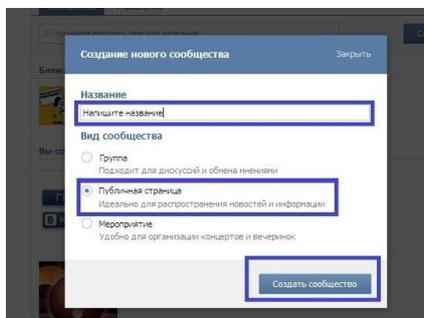


Рисунок 37 Создаем сообщество

4. В дополнительно открывшемся окне **«Создание официальной страницы»** надо выбрать **«Тип страницы»** (его позже изменить будет не возможно)

Забегая вперед, уточню - при выборе тип страницы **«Место или небольшая компания»** у вас будет больше вариантов выбора **«Подкатегорий»**, что выгодно отличит вас от конкурентов.

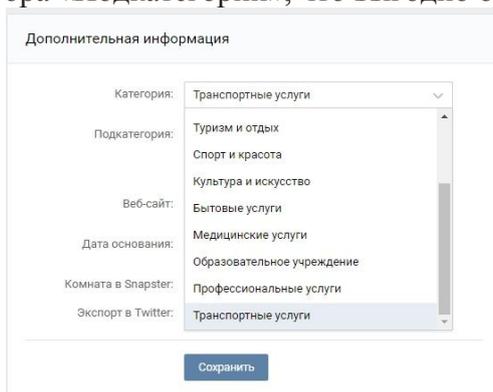


Рисунок 38 выбираем Тип страницы

Именно тип страницы будет отображаться вместе с названием при поиске групп, пример:

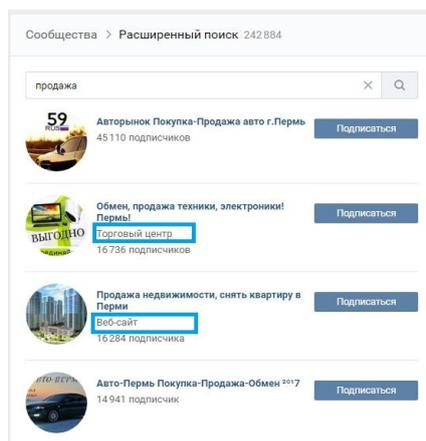


Рисунок 39 Пример отображения типа страницы при поиске групп

вам только его нужно подобрать как можно точнее

После чего прочитать правила пользования сайтом, и, если вы с ними согласны, а также если вы являетесь официальным представителем, то можете продолжить создания публичной страницы.

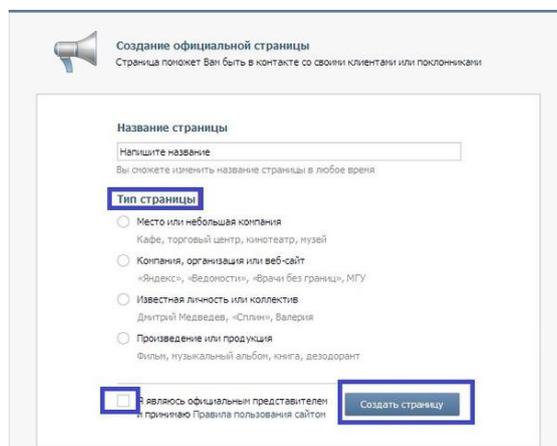


Рисунок 40 Создание публичной страницы закончено

В дальнейшем Вы можете:

- Указать сведения о создателях
Вы можете перечислить людей и организации, которые участвовали в создании, и дать ссылки на их официальные страницы [ВКонтакте](#)
- Разместить рекламное объявление
Таргетированная реклама поможет именно Вашей целевой аудитории найти эту страницу и рассказать о ней своим друзьям
- Добавить краткую информацию
Небольшое описание добавит Вашей странице индивидуальности
- Добавить мероприятия
Вы можете рассказать о событиях, которые организуете. Загрузите аватарку вашей публичной страницы.
Для редактирования страницы зайдите в **«Управление сообществом»** оно находится под аватаркой сообщества

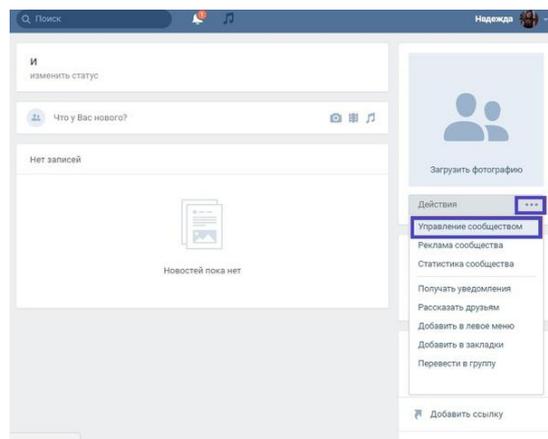


Рисунок 41 «Управление сообществом» под аватаркой страницы

Настройки публичной страницы

На вкладке **Настройки** Название Описание сообщества Обложка сообщества Адрес страницы **Дополнительная информация** Категория Веб-сайт Дата создания Комната в Snapster Экспорт в Twitter На вкладке **Разделы** Ссылки Фотоальбомы Видеозаписи Аудиозаписи Обсуждения Мероприятия Места Контакты Товары В каждом разделе есть сохранение настроек.

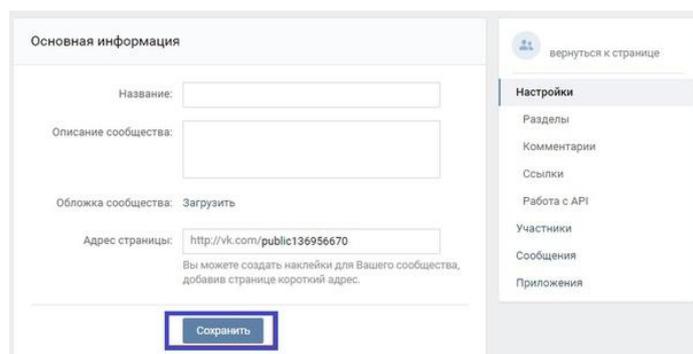


Рисунок 42 Сохранение настроек

Чтобы добавлять записи, нажмите на строчку находящуюся на стене паблика «Что у Вас нового?»

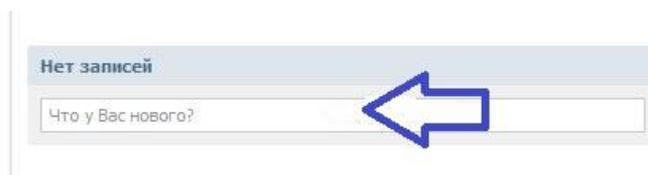


Рисунок 43 Добавление записей

На этом создание паблика можно считать завершенным. Теперь Вам потребуется его наполнять контентом, а именно — записями. Это могут быть как текстовые записи, так и просто картинки, музыка, видео и т.д.

Как создать группу в социальной сети ВКонтакте

Заходим на свою страницу **ВКонтакте**, она **обязательно должна быть привязана к номеру мобильного телефона**, для того что бы, у Вас появилась возможность создать

группу.

Создание:

Чтобы приступить к созданию сообщества заходим в раздел «Группы», навигация находится слева на странице вашего профиля.

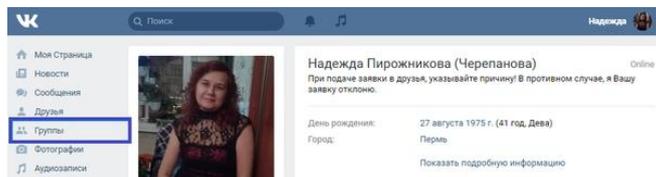


Рисунок 44 Для создания сообщества заходим в «Группы»

Нет раздела Группы на странице

Если нет «Группы» зайдите в настройки страницы

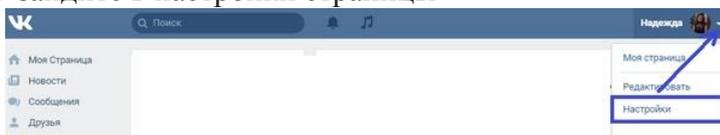


Рисунок 45 Кнопка Настройки страницы

и во вкладке «общее» напротив пункта «**Меню сайта**» находятся «**Настроить отображение пунктов меню**»

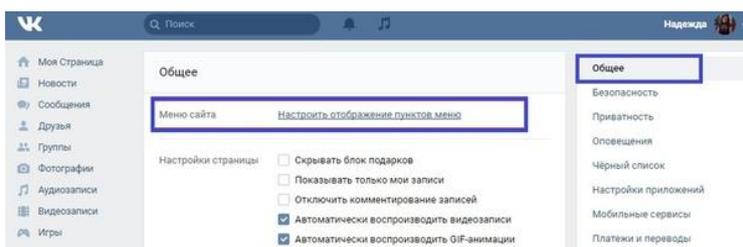


Рисунок 46 «Настроить отображение пунктов меню»

в списке ссылок, которые бы вы хотели видеть в меню вашего профиля, поставьте справа галочки. Изменения сохраните.

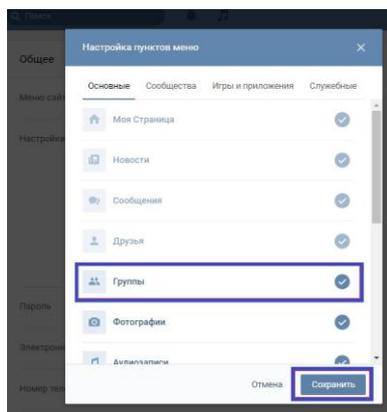


Рисунок 47 Ставим галочку и сохраняем

В новом окне: нажимаем "создать сообщество"

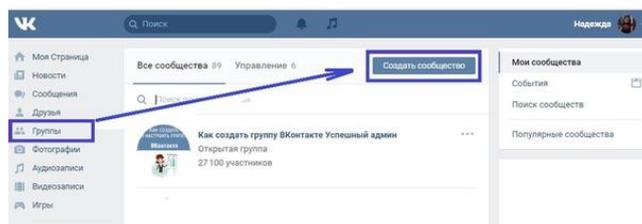


Рисунок 48 Нажимаем «Создать сообщество»

Заполняем окно создания группы

Далее:

в появившемся окне напишите название группы, а так же предлагается выбрать, что именно хотите создать.

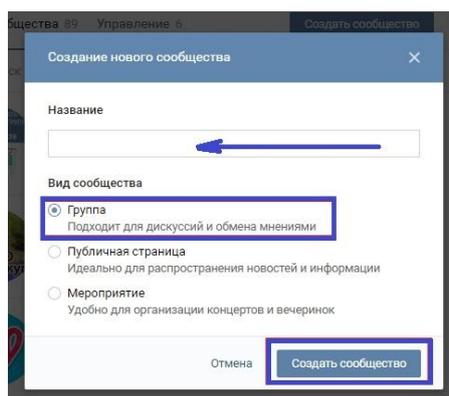


Рисунок 49 Заполняем название группы

Название группы:

К этому вопросу стоит подойти исходя из того, что от названия зависит не только популярность группы, но и сам продукт, который необходимо раскрутить или продать. Не стоит создавать длинное название, имя группы должно быть емким и кратким для того чтобы попасть в Топ (В ТОП попадают те группы, у которых краткое название и в которых большее количество участников.) Если сделать длинное название, указав все ключевые слова, то её не так просто будет найти в списке групп. Для этого посмотрите, сколько уже групп в контакте с тем названием, которое вы хотите указать, если рейтинг в списке групп Вас не интересует, смело называйте, как хотите с любым количеством слов в названии. Так же стоит обратить внимание на то что, название группы не должно нести в себе неприличного или оскорбительного смысла.

И выбираем вид сообщества.

Что выбрать группу, публичную страницу или мероприятие

Группа

группа – это сообщество по интересам, она менее официальная, группу можно красиво оформить с помощью wiki-разметки, в том числе создать меню. В группу можно пригласить друзей, а о публичной странице можно лишь рассказать на своей странице.

В группе, если разрешено владельцем, любой участник может оставлять записи на стене. А в публичной странице - только администратор. Из публичной страницы нельзя удалить подписчиков. А из группы можно удалить определённых пользователей.

Создание публичной страницы. Идеально для распространения новостей и информации.

Мероприятие. Удобно для организации концертов и вечеринок, встреч.

Настройки закрытости группы

Если вы хотите создать закрытую или частную группу, для этого после создания сообщества нужно зайти в настройки, называются они: **"Управление сообществом"** находятся под аватаркой вашей группы

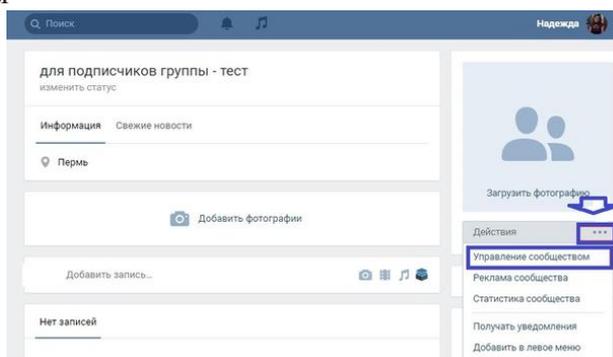


Рисунок 50 Настройки закрытости группы

на вкладке **"Настройки"** в строчке Тип группы выберите закрытая или частная. В закрытую группу подписчики могут вступить по приглашению или подать заявку. В частную группу подписчики могут вступить только по приглашению руководителей.

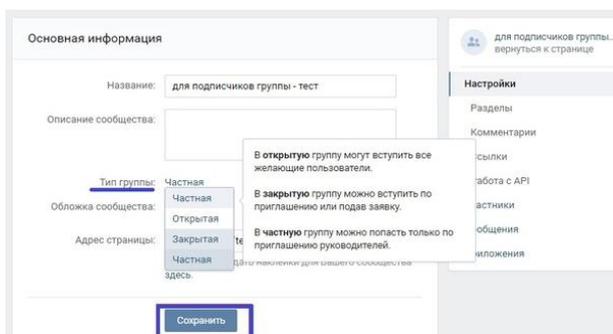


Рисунок 51 Выбираем тип группы

После того, как ввели название и определились с тем, что создаем, нажимаем на **"Создать сообщество"**.

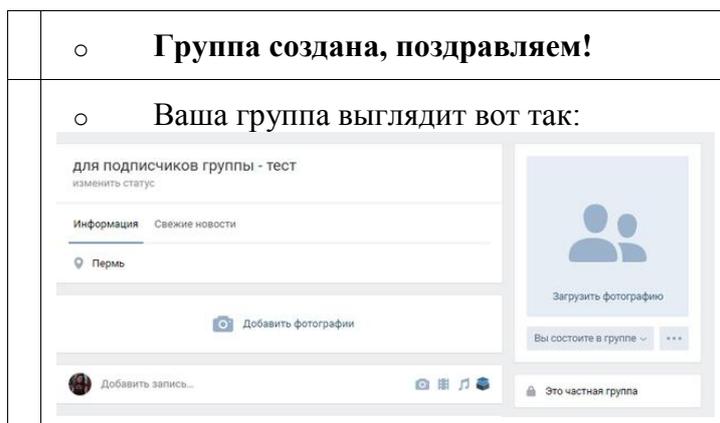


Рисунок 52 Так выглядит созданная группа

Заключение

Сегодня проблема обучения напрямую связана с новыми условиями и требованиями быстро меняющегося мира, породившего идею организации целенаправленного образования людей, имеющих ярко выраженные способности в той или иной области знаний.

Современное общество – это общество глобальных изменений, постоянной творческой эволюции, на которую воздействуют механизмы, сочетающие макро- (социальные) факторы и микро- (индивидуальные факторы, совершенно непредсказуемые и зачастую кардинально новые. Темп развития современного общества зависит от творческого усилия личности, от тех возможностей и способностей, которыми она обладает. Таким образом, глобализация стимулирует активность личности, указывает на необходимость подготовки ее к будущему, ставит новые цели и задачи перед системой образования.

Среди целей и задач образовательной политики всего мирового сообщества наиболее важной является использование интеллектуального потенциала личности, разработка стратегии интенсивного приобретения знаний. Для ее выполнения необходима мобилизация ученых и педагогов по подготовке личности, способной интегрировать в современный высокотехнологичный мир знаний и информации, Ибо главным двигателем прогресса на современном этапе развития общества признается комплексный подход «наука-технология-инновация», а современный специалист, работающий в той или иной сфере деятельности, должен обладать ценными знаниями и способностью их применять.

Информационные технологии предлагают много способов сделать работу с более разнообразной и увлекательной. В методических рекомендациях предложена лишь небольшая часть сервисов Интернета способных увлечь детей. Пусть Ваши занятия с ними станут для них открытиями в мир нового и интересного. Надеемся, что методические рекомендации помогут в этом!

Список используемых источников

1. 100 форм работы по продвижению чтения, и не только. Словарь-справочник для библиотекаря / Сост. В.Б. Антипова . - М: Библиомир, 2015. Электронная версия размещена по ссылке <https://ru.calameo.com/read/0026517316097883c140a>
2. Востров А. История создания ВКонтакте.[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.seoded.ru/istoriya/internet-history/istoriya-vkontakte.html#ixzz59czTloan>
3. Дементий Д. Как создавать виральный контент для социальных сетей: 7 советов.[Электронный ресурс]. – URL: <https://texterra.ru/blog/kak-sozdavat-viralnyy-kontent-dlya-sotsialnykh-setey-7-sovetov.html>
4. Информационный портал школьных библиотек [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rusla.ru/rsba/politic/national-school-biblionetwor...echnykh-tsentrov.php>
5. Как создать контент, который сделает ваш контент-маркетинг эффективным. [Электронный ресурс]. – URL: <http://leadmachine.ru/2013/11/29/inbound3/>
6. Калининская Д. Инфографика: Секретная формула идеального вирусного контента.[Электронный ресурс]. – URL: <https://www.likeni.ru/events/infografika-sekretnaya-formula-idealnogo-virusnogo-kontenta/>
7. Контент для социальных сетей.[Электронный ресурс]. – URL: <https://goo.gl/iV1dz1>
8. Концепция развития школьных информационно-библиотечных центров. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://rusla.ru/rsba/association/izdaniya/journali/Prikaz%20715%20%D0%BE%D1%82%2015.06.2016.pdf>
9. Кулышова С. Деятельность педагога — библиотекаря в области формирования информационной культуры личности [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://znanio.ru/media/deyatelnost_pedagoga_bibliotekarya_v_oblasti_formirovaniya_informatsionnoy_kultury_lichnosti-158153/181690
10. Лаптева Ш. Х. Воспитание квалифицированного читателя. Система работы школьной библиотеки в условиях реализации ФГОС [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://leninavan13.ru/103.htm>
11. Огнева И. Продвижение библиотеки в социальных сетях. Мастер-класс. Шаг 2. [Электронный ресурс]. – URL: <https://goo.gl/up7E1m>
12. Правильный контент для социальных сетей.[Электронный ресурс]. – URL: <http://leadmachine.ru/2014/02/06/smm2/>
13. Свергунова Н. Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде.[Электронный ресурс]. – URL: http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2016/5/NTB5_2016_%D0%905_4.pdf
14. Тельнова Л. Н. Роль информационно-библиотечных центров в реализации основных образовательных программ образовательных организаций [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://multiurok.ru/files/rol-informatsionno-biblioteknykh-tsentrov-v-reali.html>
15. Фролова Е. Самые популярные социальные сети в мире.[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti/>
16. Фролова Е. Самые популярные социальные сети в России 2016.[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti-v-rossii-2016/>
17. Цифры в помощь SMM. Ч. 1.[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.unkniga.ru/vistavki-konferents/5976-tsifry-v-pomosch-smm-1.html>
18. Цифры в помощь SMM. Ч. 2.[Электронный ресурс]. – URL: <http://www.unkniga.ru/vistavki-konferents/5989-tsifry-v-pomosch-smm-2.html>