



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**

***«Формы и методы работы с
пользователями
Школьного информационно-
библиотечного центра»***

**г.о. Новокуйбышевск
2020 год**

Утверждено решением Научно-методического совета
ГБУ ДПО «Новокуйбышевский ресурсный центр»

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

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

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

«Формы и методы работы с пользователями Школьного информационно-библиотечного центра»: Методические рекомендации для работников ИБЦ образовательных организаций. – г.о. Новокуйбышевск, 2020 г. – с.61

Методические рекомендации помогут освоить новые, а также вспомнить «хорошо забытые» формы и методы организации работы с пользователями Школьного информационно-образовательного центра. А также освоить социальные сети Интернета в работе с пользователями.
Предназначены работникам школьных ИБЦ.

Оглавление

Пояснительная записка.....	4
Организация работы с пользователями Школьного информационно-библиотечного центра в соответствии с требованиями ФГОС и федеральной Концепцией развития школьных информационно-библиотечных центров. Работа с пользователями: основные термины и определения. Традиционные формы работы с пользователями.....	5
Деятельность педагога-библиотекаря в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов	5
Деятельность информационно-библиотечных центров в аспекте реализации Концепции развития школьных информационно-библиотечных центров	8
Работа с пользователями: основные термины и определения. Формы работы с пользователями	11
Современные формы работы ШИБЦ по продвижению чтения	20
Выставочная деятельность ШИБЦ.....	24
Виртуальные выставки Школьного ИБЦ	26
Обзор сервисов Веб 2.0 для создания виртуальных выставок	28
Социальные сети, сервисы и инструменты Интернета в работе с пользователями ШИБЦ.....	30
Сетевые активности школьных ИБЦ. Социальные сети Интернета.....	30
Социальные сети Интернета. Общие принципы построения	40
Контент социальных сетей: рекомендации специалистов	43
Социальная сеть ВКонтакте.....	45
Создание своего аккаунта в ВКонтакте	45
Как создать паблик (публичную страницу) в социальной сети ВКонтакте	50
Как создать группу в социальной сети ВКонтакте	53
Скрайбинг. Виды и формы скрайбинга. Инструменты создания.....	56
Заключение	59
Список используемых источников.....	60

Пояснительная записка

Сегодня библиотеки активно используют возможности интернет-сообществ (community), социальных сетей, блогов для своего позиционирования. Повсеместное распространение интернета делает необходимым широкомасштабное присутствие библиотек в глобальной сети посредством сайтов, блогов, социальных сообществ.

Для того чтобы привлечь пользователей в библиотеку, необходимо активизировать деятельность школьного информационно-библиотечного центра в различных направлениях, в том числе и в виртуальном формате.

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.

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 мес-сенджерах 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.

В представленных вниманию методических рекомендациях предложены материалы по использованию социальных сетей для организации представительства ШИБЦ, созданию сообщества и группы в Facebook, ВКонтакте, Twitter.

Организация работы с пользователями Школьного информационно-библиотечного центра в соответствии с требованиями ФГОС и Федеральной Концепцией развития школьных информационно-библиотечных центров. Работа с пользователями: основные термины и определения. Традиционные формы работы с пользователями

Деятельность педагога-библиотекаря в соответствии с требованиями Федеральных государственных образовательных стандартов

Школьная библиотека является существенной и значимой частью образовательной среды учебного заведения. Создание информационно-библиотечных центров на базе школьных библиотек является важным инновационным процессом. ИБЦ призван сегодня стать организационным и функциональным центром образовательного процесса и обеспечить инфраструктурную основу для создания условий реализации ФГОС в образовательных организациях. Модернизация, инновационные подходы, трансформация и автоматизация библиотечных процессов, становление педагога-библиотекаря, его ориентированность на расширение видов оказываемых услуг - именно вокруг этого должна выстраиваться повседневная работа школьного библиотекаря.

В условиях реализации новых образовательных стандартов актуальной становится такая организация информационно-библиотечного обслуживания участников образовательного процесса, которая расширяет образовательное, в т. ч. цифровое пространство и обеспечивает траекторию движения от «Информации - к знаниям и развитию».

Реализация образовательной программы должна сегодня ориентироваться на построение образовательного процесса, обеспечивающего основные требования ФГОС:

- компетентностные подходы к обучению;
- профильное обучение;
- раннее выявление и сопровождение одаренности;
- здоровьесбережение;
- медиаобразование;
- информационная культура участников образовательного процесса.

В связи с вышеизложенным существенно изменяется роль ИБЦ в современной школе. Информационно-библиотечный центр определен в качестве материально-технической базы в части «Требований к условиям реализации основных образовательных программ основного общего образования» в категории «Материально-технические условия реализации основной образовательной программы основного общего образования». С деятельностью ИБЦ связаны и информационно-методические условия реализации основной образовательной программы основного общего образования. Конкретные вопросы функционирования школьных информационно-библиотечных центров, их роль в реализации образовательной программы, а также вопросы, связанные с их инфраструктурой, расширением функций педагогов-библиотекарей и видов оказываемых услуг изложены в Концепции развития школьных информационно-библиотечных центров.

Сегодня обучение — это не просто передача знаний от педагога к обучающемуся, а прежде всего создание условий, при которых становится возможным самостоятельный поиск знаний самими обучающимися, их продуктивное и активное творчество. Ученик на уроке учителя-предметника воспринимает мир в призме этого предмета, а школьный информационно-библиотечный центр способен предоставить ребенку информацию для раскрытия целостной картины мира. Поэтому школьный ИБЦ должен стать надпредметным кабинетом в школе, который способен развить не частичное, а целостное, системное мышление у школьников.

Одним из гарантов реализации Федеральных государственных образовательных стандартов являются квалифицированные кадры. Меняется образ школьного библиотекаря в современном обществе. Сегодня это должен быть человек, шагающий в ногу с развитием информационных технологий. Сегодня библиотекарь становится информационным менеджером, который должен владеть не только педагогическими, но и информационно-коммуникативными технологиями.

Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 31 мая 2011 г. № 448н «О внесении изменения в Единый квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел "Квалификационные характеристики должностей работников образования"» включена новая должность «педагог-библиотекарь».

Приводимые в этом справочнике квалификационные характеристики, помимо выполнения традиционных для школьного библиотекаря функций по информационному обеспечению образовательной и воспитательной деятельности, предусматривают участие педагога-библиотекаря в реализации основной образовательной программы начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования в соответствии с Федеральными государственными стандартами начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования. Также предусматривается осуществление дополнительного образования «обучающихся, воспитанников по культурному развитию личности, продвижению чтения, поддержке интереса к литературе, к развитию словесности и формированию информационной культуры, освоению инновационных технологий, методов и форм библиотечно-информационной деятельности». Следовательно, профессиональная деятельность современного педагога-библиотекаря интегрирует в себе педагогическую и библиотечно-информационную составляющие.

Школьный информационно-библиотечный центр занимает важное место в становлении информационной компетентности учащихся, включающей навыки использования различных способов информационно-поисковой деятельности, умения анализировать и оценивать информацию, перерабатывать и структурировать текст, умения использовать современные информационные технологии.

Педагог-библиотекарь современного ИБЦ является профессионально компетентным специалистом в сфере формирования информационной культуры и информационной безопасности личности. Он взаимодействует с педагогами, учащимися, родителями, местным социумом. Отношения библиотекаря и учителя строятся на педагогических принципах сотрудничества. Владая современными формами и методами обучения, инновационными педагогическими технологиями, педагоги зачастую слабо владеют алгоритмами информационного поиска. Преимуществом педагога-библиотекаря является его профессиональная ориентация в многообразии информационных ресурсов, владение технологией подготовки информационных продуктов. Ресурсы информационно-библиотечного центра способствуют формированию предметных и метапредметных универсальных учебных действий за счет применения в образовательном процессе современных технологий — образовательных онлайн-сервисов, виртуального образовательного пространства, электронного образовательного контента и других видов информационных образовательных средств. Информационно-библиотечный центр обеспечивает интеграцию отдельных предметных дисциплин и поддержку метапредметного образовательного процесса. Использование различных ресурсов информационно-библиотечного центра (Интернет, медиатека, печатная и электронные библиотеки и др.) позволяет удовлетворять индивидуальные образовательные потребности пользователя в рамках коллективных и самостоятельных занятий.

Кроме того, на базе ИБЦ учащиеся имеют возможность получить консультативную помощь при выполнении заданий, предусмотренных программой дистанционного обучения. Педагог-библиотекарь помогает учащимся ориентироваться в различных информационно-образовательных ресурсах в соответствии с их индивидуальными образовательными

потребностями, способствует развитию навыков самостоятельного мышления обучающихся. Педагог-библиотекарь оказывает помощь пользователям на различных этапах работы с информацией: поиска, отбора и обработки, представления. В ИБЦ происходит формирование информационной культуры учащихся, включая обучение навыкам поиска, критической оценки, систематизации, обобщения учебной, научной, эстетической информации. Перспективным является реализация в рамках ИБЦ курса «Основы информационной грамотности».

Образовательный процесс в соответствии с требованиями ФГОС — это процесс, интегрирующий урочную и внеурочную деятельность. Пространство информационно-библиотечного центра предоставляет учебным группам необходимую инфраструктуру для коллективной и индивидуальной работы. В условиях создания ИБЦ важно интегрировать деятельность педагога-библиотекаря и учителей-предметников. Целесообразность проведения уроков на базе ИБЦ обусловлена доступностью сосредоточенных электронных образовательных ресурсов, дополнительно привлекаемых педагогом как при фронтальной работе с ЦОРами, так и при использовании индивидуальных устройств, а также возможностью оказания в ходе урока педагогом-библиотекарем помощи и педагогу, и учащимся в поиске, отборе, обработке и представлении информации. Любой учитель-предметник имеет возможность провести урок на базе ИБЦ, потому что именно в современном ИБЦ сосредоточены все ресурсы. И это не только место проведения урока с использованием электронных ресурсов — педагог-библиотекарь оказывается вовлеченным в образовательный процесс: он выступает консультантом, тьютором, координатором как для учителя, так и для каждого обучающегося. Использование электронных ресурсов позволяет удовлетворять самые разные интересы школьников и выстраивать индивидуальные образовательные траектории.

Система дополнительного образования в рамках реализации ФГОС включает в себя разнообразные направления, которые предоставляют большие возможности для сохранения и развития педагогических традиций, и одновременно позволяет внедрять самые современные методы обучения, развития и воспитания, основанные на гуманистических ценностях педагогики сотрудничества. Именно в системе дополнительного образования стал возможен индивидуальный подход к ребенку, свободный от жесткой оценки и регламентации. Роль ИБЦ при этом трудно переоценить: это и предоставление ресурсов педагогам и учащимся при реализации различных программ дополнительного образования, и руководство непосредственно педагогом-библиотекарем творческими объединениями различной направленности.

Согласно Федеральным государственным образовательным стандартам основным подходом в современном образовании является деятельностный подход. А всесторонне реализовать данный подход позволяет проектно-исследовательская деятельность. Пространство информационно-библиотечного центра школы обеспечивает возможность организации учебно-исследовательской и проектной деятельности и предоставления учебным проектным группам необходимой инфраструктуры и ресурсов для коллективной работы. Развитие у обучающихся познавательной активности, самостоятельности, инициативы, творческих способностей, формирование гражданской позиции, способности к труду и жизни в условиях современного мира, формирование у обучающихся культуры здорового и безопасного образа жизни происходит при привлечении учащихся к проектной и научно-исследовательской деятельности. Педагог-библиотекарь оказывает информационную поддержку всех проектов, оторых задействованы и педагоги, и учащиеся. Важной составляющей деятельности педагога-библиотекаря является непосредственное руководство процессом создания социально-значимых или учебных проектов, представление которых может происходить на школьных научно-практических конференциях.

Досуговая деятельность

Современный информационно-библиотечный центр становится пространством для встреч и неформального времяпрепровождения. Педагог-библиотекарь должен организовывать

проведение развлекательных мероприятий с интеллектуальным наполнением, таких как экспозиции, выставки, тематические чтения.

На базе информационно-библиотечного центра должны действовать различные клубы и объединения, способствующие развитию – дискуссионные клубы, поэтические кружки, редакции школьных сайтов и электронных стенгазет и т.п. Педагог-библиотекарь должен использовать современные методики организации различных форм досуга. Досуговая деятельность, организуемая на базе информационно-библиотечного центра, должна нести развивающую функцию, что позволит стимулировать когнитивную деятельность и будет способствовать всестороннему развитию обучающихся.

Деятельность информационно-библиотечных центров в аспекте реализации Концепции развития школьных информационно-библиотечных центров

Одним из основных документов, регламентирующих работу Школьного ИБЦ является сегодня Концепция развития школьных информационно-библиотечных центров. 15 июня 2016 г. вышел приказ Минобрнауки России №715 об ее утверждении. Документ опубликован на сайте Российской школьной библиотечной ассоциации (<http://rusla.ru/rsba/>). Концепция представляет собой систему взглядов на цели, задачи, базовые принципы и направления развития школьных информационно-библиотечных центров в образовательных организациях.

Разработка Концепции обусловлена обновлением содержания и повышением значимости школьных библиотек в условиях реализации новых образовательных стандартов. Как отмечено в документе, «масштаб и глубина необходимых преобразований школьных библиотек обусловлены вызовами системе образования, связанными с переходом к постиндустриальному информационному обществу, возрастанием роли информационных технологий во всех сферах жизнедеятельности, усилением влияния профессионального сообщества и общественных организаций на требования к современной системе образования».

В документе акцентируется внимание на том, что информационно-библиотечный центр является организационным и функциональным центром образовательного процесса, обеспечивающим равноправный и открытый доступ к разного типа информационным ресурсам, создает условия для осуществления обучения, ориентированного на комплексное системное удовлетворение индивидуальных образовательных потребностей. Школьная библиотека в настоящее время должна взять на себя не только образовательную, но и воспитательную (в т.ч. гражданско-патриотическое, духовно-нравственное воспитание), информационно-просветительскую, профориентационную и досуговую функции. Рассмотрим содержание основных функций ИБЦ.

Образовательная функция

Информационно-библиотечный центр должен обеспечивать интеграцию отдельных предметных дисциплин и поддержку метапредметного образовательного процесса.

Пространство информационно-библиотечного центра должно обеспечивать возможность организации учебно-исследовательской и проектной деятельности и предоставлять учебным проектным группам необходимую инфраструктуру для коллективной работы. Ресурсы информационно-библиотечного центра должны способствовать формированию предметных и метапредметных универсальных учебных действий за счет применения в образовательном процессе современных технологий – образовательных онлайн-сервисов, виртуального образовательного пространства, электронного образовательного контента и других видов информационных образовательных средств.

Использование ресурсов информационно-библиотечного центра позволит удовлетворять индивидуальные образовательные потребности пользователя в рамках самостоятельных

занятий.

Педагог-библиотекарь должен помогать обучающимся ориентироваться в литературе и иных информационно-образовательных ресурсах в соответствии с их индивидуальными образовательными потребностями, способствовать развитию навыков самостоятельного мышления обучающихся.

Информационно-методическая функция

Информационно-библиотечный центр должен аккумулировать научно-методические наработки, рождающиеся на уровне района, региона, страны, и обеспечивать педагога современными методиками в его предметной области.

Информационно-библиотечный центр должен помогать педагогу в формировании собственной инновационной программы и педагогического портфолио для использования в образовательном процессе и прохождения педагогической аттестации. Со стороны информационно-библиотечного центра педагогу должна оказываться квалифицированная помощь в формировании поисковых и библиографических запросов, в повышении информационной грамотности.

На уровне образовательной организации информационно-библиотечный центр должен стать катализатором инновационной педагогической активности, предоставить педагогам необходимую для этого инфраструктуру и информационно-методическую поддержку, способствовать общему развитию информационной культуры.

Обеспечивающая функция

Обеспечивающая функция информационно-библиотечных центров образовательных организаций должна быть расширена за счет пополнения и обновления книжных фондов, предоставления новых видов ресурсов, удовлетворения новых типов потребностей образовательной организации.

Помимо предоставления книжных фондов, информационно-библиотечный центр должен обеспечивать поддержку образовательного процесса электронными образовательными ресурсами, программными средствами, доступом к сети Интернет. Помещения и оборудование информационно-библиотечного центра должны активно использоваться в образовательном процессе.

При отсутствии необходимых ресурсов информационно-библиотечный центр может использовать возможности кооперации с другими информационно-библиотечными центрами. Таким образом, общее количество ресурсов, доступных посетителям конкретного информационно-библиотечного центра, увеличивается.

Информационно-библиотечный центр должен иметь возможность привлекать дополнительные ресурсы за счет развития частно-государственного партнерства, сотрудничества с фондами развития, привлечения средств благотворительных организаций и частных лиц.

Одной из возможностей привлечения дополнительных ресурсов является сотрудничество с компаниями-поставщиками высокотехнологичной образовательной продукции – шлемов виртуальной и дополненной реальности, интерактивных досок и других. При этом информационно-библиотечный центр выполняет функции выставки-экспозиции и обеспечивает привлечение внимания к продукции партнера. Такое сотрудничество позволяет использовать новые технологии в образовательном процессе с минимальными затратами. Информационно-библиотечный центр должен способствовать формированию целостного мировоззрения, ответственного отношения к учению, самообразованию и развитию, воспитание гражданской идентичности и передачи всего комплекса ценностей, заложенных федеральными государственными образовательными стандартами. При подборе информационных ресурсов педагог-библиотекарь должен быть чувствителен к заинтересованности посетителей, рекомендовать контент, ориентированный на их внутренние запросы.

Культурно-просветительская функция

Культурно-просветительская деятельность информационно-библиотечного центра должна быть направлена на повышение уровня культуры, образования пользователя, его интеллектуальное и духовное развитие, социализацию.

Культурно-просветительская функция должна реализовываться, в том числе, за счет проведения мероприятий соответствующей направленности – выставок, тематических чтений, работы тематических кружков.

Информационно-библиотечный центр должен принимать активное участие во внеучебной деятельности образовательной организации: в подготовке стенгазет, в подготовке театральных постановок, в проведении интеллектуальных игр.

Контент, предоставляемый информационно-библиотечным центром, должен быть ориентирован не только на учебные предметы, но и на подготовку к жизни, расширение кругозора, выстраивание жизненных маршрутов и познание мира во всем его многообразии.

Профориентационная функция

Личностное самоопределение и построение индивидуальной образовательной траектории является одной из важнейших компетенций, формируемых при реализации ФГОС. Педагог-библиотекарь должен оказывать обучающимся профориентационную поддержку, содействовать им в построении индивидуальных образовательных траекторий, способствовать развитию навыков самопроектирования и способности к непрерывному образованию на протяжении всей жизни.

Информационно-библиотечный центр образовательной организации должен иметь необходимые информационные ресурсы и программное обеспечение для выполнения профориентационной функции.

На базе информационно-библиотечных центров должна быть реализована профориентационная поддержка в игровой форме. Инструментами такой поддержки должны стать тематические мероприятия (дни профессий, профориентационные игры) и образовательно-игровая среда с функциями карьерного симулятора, реализованная в виде информационного сервиса.

Досуговая функция

Информационно-библиотечный центр должен стать общественным пространством для встреч и неформального времяпрепровождения. Посетителям должны обеспечиваться комфортные условия для досуговой деятельности, отдыха, свободного выхода в Интернет через Wi-Fi.

Педагог-библиотекарь должен организовывать проведение развлекательных мероприятий с интеллектуальным наполнением, таких как экспозиции, выставки, тематические чтения. На базе информационно-библиотечного центра должны действовать различные клубы и объединения, способствующие развитию – дискуссионные клубы, поэтические кружки, редакции школьных сайтов и электронных стенгазет, и тому подобные. Педагог-библиотекарь должен использовать современные методики организации различных форм досуга. Досуговая деятельность, организуемая на базе информационно-библиотечного центра, должна нести развивающую и расслабляющую функции, что позволит стимулировать когнитивную деятельность и будет способствовать всестороннему развитию обучающихся.

Ключевыми моментами, препятствующими функционированию и развитию ИБЦ в современных условиях, в концепции обозначены:

- несовершенство правовой базы;
- проблема кадрового обеспечения;
- слабая материально-техническая база;
- старение библиотечного фонда;
- отсутствие сетевого взаимодействия;

- необходимость модернизации системы методического сопровождения педагогов-библиотекарей и их дополнительного профобразования;
- другие.

Для преодоления вышеуказанных проблем в концепции предлагается ряд мероприятий:

- определить организацию, на которую возложить функции федерального информационно-методического центра;
- объединить библиотеки в сеть национального масштаба;
- разработать профстандарт «педагог-библиотекарь»;
- создать в школьной библиотеке целевые высококачественные разноформатные фонды, пространственно-обособленные зоны различных типов, обеспечить свободный доступ участникам образовательных отношений к электронным информационным и образовательным ресурсам;
- распространить электронное обучение и дистанционные образовательные технологии;
- создать систему смарт обучения;
- другие.

Предполагается, что в результате реализации Концепции будет создано целостное образовательно-информационное поле, которое полностью обеспечит современную инфраструктуру для регулярного обновления содержания общего образования и комплексной поддержки образовательной деятельности.

В документе отмечается, что перспективной формой информационно-ресурсного обеспечения ИБЦ является кооперация с библиотеками системы Министерства культуры РФ, что позволит создать единую систему обслуживания социума (всех категорий населения) с работой по общему плану.

Функционирование ИБЦ в современных условиях предполагает развитие программного обеспечения:

- Доступ к современным программным средствам работы с информацией, в том числе основанным на облачных технологиях;
- Создание единой технологической платформы, объединяющих педагогических работников школьных библиотек;
- Использование на базе ИБЦ электронного обучения и дистанционных образовательных технологий;
- Внедрение системы смарт-обучения, предоставляющей поддержку распределенной совместной работы, подготовки облачных электронных изданий, проектно-исследовательской деятельности.

Одним из необходимых условий для функционирования ИБЦ сегодня является развитие инфраструктуры чтения и поддержки сетевого обмена ресурсами. Для этого необходимо предусмотреть систему ресурсного обеспечения, поддерживающую резервирование ресурсов, интеграцию с внешними фондами информационных ресурсов ограниченного доступа.

Считается, что реализация Концепции обеспечит создание условий для развития образовательных организаций, в т.ч. школьных библиотек, что улучшит качество преподавания и изучения учебных предметов.

Работа с пользователями: основные термины и определения. Формы работы с пользователями

Библиотечное обслуживание – совокупность разных видов деятельности библиотеки по удовлетворению читательских потребностей.

Порядок обслуживания читателей в библиотеках, их права и обязанности регламентируются «Правилами пользования библиотекой», с которыми при записи должен быть ознакомлен

каждый читатель и заверить своей подписью на формуляре или договоре, что готов их исполнять.

За учеников начальных классов должны расписываться родители. В электронном или бумажном формуляре отражаются фамилия, имя читателя класс, адрес проживания и телефон. Каждому формуляру присваивается очередной порядковый номер.

Рабочий день начинается с подготовки библиотекаря к выдаче книг. Это, как правило, 30-60 минут. В нее включаются: упорядочивание рабочего места, подготовка к обслуживанию читателей, актуализация выставок, просмотр фонда в целях оперативного выявления и устранения ошибок в расстановке; работа с документацией (заполнение «Дневников библиотеки», расстановку читательских формуляров и др.). В свободное от обслуживания читателей время библиотекарь просматривает периодику, знакомится с книжными новинками, опытом работы коллег по интернету, готовится к мероприятиям, прорабатывает новые выставки, обзоры, беседы, уроки библиотечно-библиографической грамотности и др. Подбирается литература по предварительным заявкам читателей, анализируются читательские формуляры, проводится работа с читателями-задолжниками.

Организация и техника работы абонента

Абонент библиотеки осуществляет выдачу изданий читателям на дом на определенный срок. Срок пользования библиотечными изданиями определяется «Правилами пользования библиотекой». Работа на абонементе строится на основе общего обслуживания. Все издания, выдаваемые читателям на дом, записываются в формуляре, при этом указывается: дата выдачи, инвентарный номер, классификационный индекс, автор и заглавие. Читатели расписываются в получении изданий (за исключением младших школьников). Формуляры читателей-детей расставляются по классам, а внутри – по алфавиту фамилий, также формуляры могут расставляться по срокам возврата, по читательским номерам или по алфавиту фамилий. На дом книги выдаются сроком от 14 дней до 1 месяца. Срок пользования изданиями по просьбе читателя (лично или по телефону) может быть продлен, если на издание нет спроса со стороны других читателей. Продление срока пользования выданными изданиями считается новой книговыдачей. При возвращении издания библиотекарь обязан в присутствии читателя поставить свою роспись в графе «Расписка библиотекаря о возврате» или сделать отметку в электронном каталоге. В условиях АБИС запись читателя и книговыдача происходит в том же порядке, только в электронном виде, соответствующем программному обеспечению.

Читальный зал в современном понимании может быть специально оборудованным помещением, используемом для предоставления читателям произведений печати и других документов в его пределах. Читальные залы могут быть организованы в рекреациях и других местах образовательной организации. В библиотеках современного типа с открытым доступом и комфортными условиями организации пространства функции читального зала выполняют все доступные, специально организованные места для индивидуальной и групповой интеллектуальной работы.

Справочно-библиографическое обслуживание – это поиск информации по читательским запросам. В зависимости от характера сведений справки делятся на библиографические и фактические, а в зависимости от формы, в которой они выполняются – на устные и письменные.

Библиографическая справка – это сведения о произведениях печати.

Фактографическая справка представляет собой сведения о конкретных фактах, например, датах жизни и деятельности какого-либо лица, адресе и точном наименовании какого-либо учреждения и т.п.

Устные справки выполняются, как правило, оперативно, в присутствии читателей или по телефону. Письменные справки в большинстве своем отвечают на сложные запросы, поэтому срок выполнения каждой такой справки устанавливается при приеме запроса.

Для выполнения справок любой сложности библиотекарь использует справочно-библиографический аппарат библиотеки.

Справочно-библиографический аппарат (СБА) – это совокупность традиционных и электронных справочных и библиографических изданий, библиотечных каталогов, используемых при раскрытии фондов библиотеки и обслуживании читателей.

Основные элементы СБА:

- система каталогов,
- система библиографических картотек,
- фонд справочных и библиографических изданий.

В библиотеках чаще всего применяются два дополняющие друг друга каталога – алфавитный и систематический. Каждая поступающая в библиотеку книга имеет каталожные карточки (для алфавитного и систематического каталога).

Алфавитный каталог – библиотечный каталог, в котором библиографические записи на каталожных карточках располагаются в алфавитном порядке имен (фамилий) авторов или заглавий документов, если автор не указан.

Систематический каталог – библиотечный каталог, в котором библиографические записи располагаются по отраслям знаний в соответствии с определенной системой библиотечно-библиографической классификации.

Систематический каталог предназначается в первую очередь для использования читателями. Систематический каталог позволяет узнать, какие издания по интересующей их области знаний есть в данной библиотеке.

Картотеки служат важным дополнением к каталогам библиотеки и печатным библиографическим пособиям.

Виды библиографических картотек, создаваемых в библиотеках, разнообразны. Это может быть картотека журнальных и газетных статей, краеведческая картотека, картотека стихов, сценариев и т.д.

В состав справочного фонда обычно входят официальные документы, энциклопедии и энциклопедические словари, справочники, статистические сборники, библиографические пособия и др.

Справочно-библиографическое обслуживание включает в себя также библиографическое информирование.

Библиографическое информирование – это регулярное библиографическое обслуживание без запросов и (или) в соответствии с долговременно действующими запросами. Его основная цель – оповещение читателей о вновь появляющихся документах, необходимых для учебной и внеурочной деятельности.

Индивидуальное библиографическое информирование предполагает информирование конкретного учителя, ученика, осуществляемое с учетом его потребностей, а групповое – информирование определенной группы потребителей информации, которые выделяются по какому-либо признаку и имеют близкие по содержанию информационные потребности. Чаще всего их объединяет принадлежность к одной профессиональной группе. Информирование о поступлении определенных книг можно осуществлять на электронную почту пользователя, путем СМС-информирования.

Самым распространенным видом массового информирования и наглядной рекламы являются выставки, организованные в помещении библиотеки или размещенные на сайте, «Дни информации», беседы у выставки и т.д.

В библиотеке принято вести учет библиографических справок (тематических, фактических и уточняющих) в «Тетради учета библиографических справок» или в электронном виде. Учет справок поможет оптимизировать рабочее время на выполнение повторяющихся или аналогичных запросов. В условиях недостаточного комплектования возникает большое количество отказов. Учет отказов удобнее всего вести в специальной «Тетради отказов», это

позволит активизировать работу по доукомплектованию книжного фонда недостающей литературой.

Формы работы с пользователями

Работа школьной библиотеки, в том числе, и массовой, отличается некоторыми особенностями. Первое и самое главное, очень большая нагрузка на школьного библиотекаря. Согласно Межотраслевым нормам времени, работник библиотеки, обслуживающий детей, должен за 6 часов работы обслужить 30 человек. Школьные библиотекари имеют богатый опыт и большой запас различных форм работы со школьниками.

Цели массовой работы - показать ребятам прелесть чтения, научить их любить книгу для того, чтобы через литературу они воспринимали "разумное, доброе, вечное"; чтобы, сделав чтение первейшей потребностью, насущной пищей для сердца и разума, они становились сознательными гражданами своей родины, духовно богатыми личностями. Ибо массовые мероприятия с их использованием различных форм и приемов помогают учащимся эмоционально воспринимать значение, смысл, содержание как литературных произведений, так явлений и событий. Мы должны доказать детям, что чтение может доставлять эстетическое наслаждение, что общение с книгой раскрывает широкие горизонты перед человеком, что книга и чтение являются неиссякаемым источником знаний и информации, что книга действительно часто является другом и советчиком. В значительной степени, мы стремимся к реализации стратегической цели - научить хотеть читать, ибо это означает способствовать обогащению эмоционального опыта ребенка, помогать получению осмысленной информации и знаний. Мы должны научить хотеть читать для содействия саморазвитию личности ребенка, для содействия раскрытию его творческого потенциала. Массовая работа в школьной библиотеке, как правило, ведется по следующим основным направлениям:

- поощрение свободного чтения (чтения для удовольствия),
- содействие воспитательным программам школы,
- содействие учебному процессу.

Приступая к разработке программ приобщения учащихся к чтению, при составлении плана работы библиотекаря следует ставить четкие цели и задачи массовой работы вообще и каждого мероприятия в частности.

Например, главная цель мероприятия - приобщение к книге, поощрение свободного чтения. Достижение этой цели будет возможно через решение следующих задач: познакомить учащихся с лучшими образцами художественной литературы для детей и юношества, показать красоту родного языка, научить сопереживать героям книги, стимулировать детскую фантазию.

При проведении мероприятий в помощь учебному процессу главной целью может выступать содействие усвоению учебного материала средствами эмоционального воздействия, активизация познавательной деятельности учащихся. Задачами будут выступать: знакомство с дополнительными материалами и литературой по определенному предмету, расширение знаний школьников об изучаемых предметах. Формы работы со школьниками имеют немаловажное значение в реализации поставленных целей.

В последнее время традиционные формы работы с книгой, такие как устный журнал, читательская конференция, защита читательского формуляра, диспут по книге уходят в прошлое, заменяясь новыми, более живыми, интерактивными формами работы: брейн-рингами, КВНами, различными играми, виртуальными путешествиями и т.п. Хотя, конечно, чтение вслух, викторины, литературно-музыкальные композиции, обзоры литературы, продолжают оставаться популярными и сейчас.

Если попытаться систематизировать массовые мероприятия по сложности проведения, по охвату читателей, по времени, затраченному на подготовку, можно выделить 3 основные группы:

1. Наиболее доступные и малотрудоемкие с точки зрения затрат времени и подготовки:

чтение вслух, обзор литературы (обзор-беседа, обзор у выставки, обзор-лекция), викторина.
2. Мероприятия, требующие значительной предварительной подготовки: литературная игра (брейн-ринг, путешествие по станциям, литературное лото, литературный аукцион и т.п.), устный журнал, пресс-конференция, конкурс.

3. Мероприятия, которые помимо предварительной подготовки, требуют значительной индивидуальной работы со школьниками: КВН, литературная композиция, литературный суд, литературный праздник (посиделки, литературный журфикс, литературный утренник, литературный бал), встречи в литературной гостиной, читательские конференции. Отдельное место занимают такие сложные формы работы как клубы и кружки. При подготовке и проведении мероприятий в школьной библиотеке, нужно помнить, что существуют определенные педагогические требования, которые необходимо соблюдать, чтобы достичь поставленных целей.

1. Мероприятие не самоцель, а средство воспитания, т.е. должно создавать цельность настроения, вызывать переживания, направленные на формирование определенных установок.

2. Следует стремиться к вовлечению в действие широкого круга учащихся, чтобы каждый мог быть активен, проявить свои знания, способности и дарования. Идеальный вариант, когда все приглашенные могут принять участие.

3. Мероприятие не должно быть перегружено и затянуто.

4. При проведении мероприятий нельзя ориентироваться на уже достигнутый уровень развития учащихся. Необходимо предусматривать и перспективу развития. Вместе с тем, нельзя ориентироваться и на завышенный уровень развития. Мы знаем, что когда что-то слишком просто – это неинтересно, когда очень сложно – тоже неинтересно. Излишняя простота и излишняя сложность ведут к отсутствию внимания и интереса, а значит, проведенная работа будет бесцельной.

5. Мероприятие должно быть захватывающим, что зависит от форм подачи материала, активности участников. Школьники младшего школьного возраста и подростки нуждаются в том, чтобы преподносимое им было интересно и занимательно. Чем красочнее и ярче подаваемый материал, тем сильнее будет его влияние. Не последнюю роль играет и принцип наглядности. Еще Ушинский рекомендовал применять наглядное обучение, «которое строится не на отвлеченных представлениях и словах, а на конкретных образах, непосредственно воспринятых ребенком». Поэтому очень важно использовать не только живой язык, эмоциональный рассказ, метафоры, эпитеты, но и иллюстративный материал, музыку, видеоматериалы.

6. Мероприятие не должно быть мероприятием. Активное применение игровых и занимательных форм работы в библиотеке должно отличать их от школьного урока. Новые формы способствуют развитию творческой активности, интеллектуальных способностей школьников.

7. При подготовке массовых мероприятий необходимо учитывать возрастные и психологические особенности школьников. Например, для младших школьников характерными особенностями являются стремление познавать мир в игре, быстрая утомляемость, неумение долго концентрировать внимание, повышенная эмоциональная возбудимость, желание соревноваться со сверстниками. Это должно определять и формы работы. Здесь же можно отметить, что работа с этой возрастной категорией является, пожалуй, наиболее важной и актуальной сегодня. Именно в дошкольном и младшем школьном возрасте закладываются основы представлений о мире, жизни, формируются привычки. То, что ребенок недополучил в этом возрасте, не восполнится уже никогда.

8. Наконец, особенностью мероприятий, проводимых в библиотеке, является их тесная связь с задачами приобщения к чтению и поощрения чтения. Поэтому каждое мероприятие, какие бы темы оно не затрагивало и в какой бы форме оно не проходило, подразумевает, в первую очередь, рекламу книги и чтения.

Подготовка и проведение мероприятия включают в себя несколько этапов и операций, общих для любой формы массовой работы.

Библиотекарь должен определить тему, состав аудитории, обозначить цель проведения данного мероприятия.

После этого составляется план работы, который отражает все этапы и направления деятельности. Сюда входят:

- организационный момент: создание сценария, формирование команды, встречи с учителями,
- подготовка информации о мероприятии;
- подготовительный этап: организация книжных выставок, проведение обзоров литературы, индивидуальная работа со школьниками, подготовка реквизита;
- проведение мероприятия;
- заключительный этап: обсуждение мероприятия со школьниками и преподавателями, написание сочинений, оформление отчетов, отзывов и альбомов.

Различные формы массовой работы имеют свои особенности.

Чтение вслух. «Дети более любят слушать, нежели читать, уже и потому, что в первые два-три года самый процесс чтения еще утомляет их. Кроме того, необходимо приучить детей не только читать, но и слушать внимательно, а потом усваивать и передавать слышанное».

Чтение вслух - наиболее доступная, но немного забытая сейчас форма работы с младшими школьниками. Между тем, в США еще в 70-е годы была разработана национальная программа поддержки свободного чтения и формирования мотивации к чтению как средство борьбы с функциональной неграмотностью, в основе которой лежало именно чтение вслух. Это неудивительно, ибо чтение вслух способствует созданию у школьников образных представлений, воздействует на эмоциональную сферу восприятия. Оно помогает заинтересовать ребенка, может вызвать у него желание продолжить чтение самостоятельно. Более того, оно приучает к внимательному слушанию текста. Естественно, выбирая эту форму работы с книгой очень важно соблюдать определенные требования. Необходимо читать четко, внятно, не очень громко, но и не очень тихо, соблюдать паузы в тексте. Вместе с тем, это должно быть выразительное чтение, эмоционально окрашенное, способное держать внимание ребенка, ибо не секрет, что монотонное, однообразное чтение текста или чтение с запинками не будут слушать даже взрослые, каким бы интересным не было его содержание. Иногда после чтения можно провести беседу с ребятами о прочитанном, но это вовсе не обязательно. Подчас более действенным оказывается просто чтение без комментариев, которое дает ребенку возможность самостоятельно осмыслить прочитанное. Кстати заметим, что исследования называют одной из причин, которые отвращают детей от чтения, необходимость писать отзыв, отчет о прочитанном. Можно предложить нарисовать рисунки после занятия, т.к. дети младшего школьного возраста охотно рисуют. Учитывая более сильное воздействие зрительных образов на ребенка, можно дополнить чтение вслух отрывками из мультфильмов.

При проведении таких занятий библиотекарь должен учитывать следующие моменты. Продолжительность чтения, учитывая возраст маленьких слушателей, должна составлять в первых-вторых классах 20-25 минут, в третьих – четвертых - 30-35 минут. Если чтение вслух сопровождается видеофрагментами, то их целесообразно показывать в конце занятия, поскольку зрительные образы оказывают более сильное эмоциональное воздействие на школьников и после них аудиторию очень трудно успокоить. Если библиотекарь во время чтения заметил нарушение дисциплины, не следует прерывать чтение и делать замечания, надо постараться привлечь внимание нарушителей, чтобы не портить эффект для всех остальных и не создавать ситуации принуждения.

Обзоры литературы - это традиционная и проверенная форма работы, которая может быть действенной, если при ее использовании соблюдать несколько правил. Первое и самое главное – обзор должен быть интересным, живым. Сухая аннотация и скрупулезное перечисление выходных данных не интересны даже взрослым, не говоря уже об учащих

школы. Кроме того, с различными возрастными группами следует проводить различные виды обзоров. Например, младшие школьники намного лучше воспринимают материал, если рассказ перемежать беседой, зачитывать интересные отрывки и показывать яркие иллюстрации. Поэтому наиболее приемлемым видом обзора здесь будет обзор-беседа или обзор у книжной выставки. Со старшими школьниками впрочем, ничуть не проще. Конечно, здесь можно провести классический библиографический обзор, или обзор-лекцию, когда рассказ о книге сменяется интересным фактическим материалом. Главная цель обзора и в том и в другом случае – привлечь внимание к книгам, заинтересовать читателя, сделать так, чтобы он захотел взять эту книгу и прочитать ее. В противном случае эффект будет обратный. Трудно даже представить себе вред от обзора литературы, когда библиотекарь формально «отбубнил» свой текст под слабый (или сильный) рокот класса. Прекрасно «оживляют» обзор и привлекают внимание слушателей игровые моменты. В этом случае, перемежая подачу информации о книгах с фрагментами игр, можно добиться прекрасных результатов. Методика проведения обзора литературы отработана. Каждый обзор должен иметь вступление, основную часть (непосредственное знакомство с книгами) и заключение. В обзоре библиотекарь должен кратко раскрыть содержание рекомендуемой литературы. Подчеркнем, что раскрыть содержание не означает пересказать его. Обзор для учащихся среднего и старшего возраста – это по сути дела, беседа или лекция на определенную тему с привлечением иллюстративного материала, в качестве которого выступают книги. Дидактические требования – занимательность и доступность изложения, активизация слушателей. «Обзор должен вызвать интерес к книге или творчеству писателя, к теме чтения, вызвать у читателя желание самостоятельного знакомства с литературой».

«В обзоре следует чередовать разные приемы: они должны быть и простыми, и более сложными, и серьезными, и развлекательными. Такое чередование полезно, как некоторая разрядка напряжения слушающих обзор подростков. Если библиотекарь замечает, что содержание обзора утомило учащихся до назначенного времени его окончания, он может прибегнуть к приемам, которые несколько оживят, развлекут аудиторию: задать интригующие вопросы, показать интересный иллюстративный материал, выразительно прочесть интересный отрывок из книги».

Обзор научно-популярной литературы должен привлекать внимание к познавательному материалу, содержащемуся в ней. Возможно, здесь необходимо разъяснить то, что может быть сложно, показать, как использовать данную книгу и сведения, приведенные в ней. В сегодняшних условиях, когда явственно прослеживается тенденция образования как основы социализации учащихся, особенно важно подчеркнуть связь научных сведений с жизнью. Количество книг, которые можно использовать в обзоре может быть различным - от одной до десятка. Это зависит от цели, темы обзора, выделенного времени и возможностей библиотеки.

Викторины и литературные загадки - это формы работы, которые развивают память, сообразительность, дают возможность проявить себя школьникам. Викторины – занимательные вопросы по содержанию художественного произведения, фактам биографии писателя, событиям литературной жизни, истории книги и литературы. Литературные загадки – это угадывание произведения и автора по отрывку из книги, по книжной иллюстрации, по портрету писателя и т.п. Не случайно они пользуются большим успехом у школьников. Действительно, здесь ребята могут проявить свои познания, а в том, что они это очень любят делать, нет никакого сомнения. У меня перед глазами стоит сцена из мероприятия, которое мы проводили с второклассниками, когда желание малышей ответить на вопросы было так велико, что некоторые даже стонали, а один ребенок подползал по ковру все ближе и ближе к ведущему, держа высоко вверх поднятую руку. При проведении викторин существует одна опасность – надо совершенно четко организовать систему ответов, в противном случае неизбежны шум, гвалт, и что самое недопустимое – обиды и необъективность оценки. Потому что при нечеткой организации они будут отвечать все сразу. Подготовка к викторине - предварительная работа с предлагаемой литературой,

организация книжной выставки, обзор у книжной выставки, заранее вывешенные вопросы. Кстати, можно порекомендовать новые формы викторин – видеовикторина – показ фрагментов из мультфильмов и экранизаций художественных произведений, а также викторины из иллюстраций к детским книгам. Литературные игры и праздники пользуются наибольшей популярностью у школьников, что не удивительно, так как они несут в себе элементы праздничности, необычности, неформальности, они дают возможность воспринимать материал более эмоционально.

А мы знаем, что часто именно эмоции определяют направление интересов личности. К числу литературных игр можно отнести путешествия по сказкам и станциям, литературные балы и утренники, брейн-ринги, КВНы, аукционы, лото, пресс-конференции, игры по сценариям известных телеигр и множество других. Эти формы работы развивают инициативу, обостряют эмоциональное восприятие, позволяют активно использовать творческий потенциал учащихся, придают мероприятиям живой, неформальный характер. Они расширяют кругозор и активизируют познавательные интересы. Игровые формы действенны, когда они проводятся в системе. Они могут быть следующим этапом после проведения обзора литературы или частью системы мероприятий, посвященных одной теме. Методика проведения предполагает, что библиотека объявляет заблаговременно тему литературной игры, книги, рекомендуемые для подготовки, демонстрируются на книжной выставке, предлагаются в обзоре литературы. Срок подготовки может быть небольшим, примерно 10-15 дней, в значительной степени это зависит от объема предполагаемого материала.

Игры-путешествия для учащихся младших классов неплохо готовить с привлечением школьников среднего возраста, которые способны преобразиться в Незнайку, Доктора Айболита или Золушку. Если в игре присутствуют литературные герои, то эмоциональное восприятие возрастает многократно.

Брейн-ринги, КВНы тоже можно проводить с маленькими читателями, но они не будут такими эффективными, потому что формы коллективной и самостоятельной работы еще сложны для них. Здесь существует опасность, что многие из ребят будут просто сидеть и тихо переживать. Зато при работе со школьниками среднего и старшего возраста эти формы незаменимы. Преимущества их в том, что они предполагают элемент соревновательности, проходят в неформальной обстановке, дают возможность проявить себя и свои знания. Они способствуют приобретению опыта коллективного мышления, развивают быстроту реакции, позволяют проверить познания и начитанность целого класса. Помимо брейн-рингов с ребятами постарше можно проводить различные игры, где самостоятельные задания перемежаются полезной и нужной информацией. Эти игры побуждают инициативу, стимулируют познавательные интересы. Методика подготовки и проведения литературных игр и состязаний: вначале продумывается тема, цель, форма игры, которые зависят от предполагаемой аудитории.

Библиотекарь самостоятельно или вместе с учителем-предметником готовит вопросы, продумывает условия, пишет сценарий проведения игры. Затем оформляется выставка литературы и делаются обзоры литературы. Учащимся дается время (от одной недели до месяца) на знакомство с темой и книгами. Можно познакомить предполагаемых участников игры с направлениями, по которым будет проводиться игра. За одну - две недели до предполагаемого срока вывешиваются красочные объявления для зрителей. Формируется состав жюри, которое, кстати, может включать школьников более старшего возраста. При проведении игры целесообразно использовать музыку для создания праздничного настроения, для заполнения пауз при подсчете очков и т.д. Если по условиям конкурса предусматриваются письменные задания, необходимо заранее позаботиться о бумаге и карандашах. Перед началом игры ведущий четко объявляет правила и условия игры, очередность ответов, время на их обдумывание. Хорошо, если есть возможность поощрить победителей. Если нет призов, можно просто вывесить плакат с результатами конкурса. Это будет приятно выигравшей команде, это поднимет престиж мероприятий, проводимых в

библиотеке, это, наконец, покажет работу библиотеки как культурного центра школы. Еще большее воздействие оказывают на читателей (особенно маленьких), костюмированные балы и праздники. Положительные эмоции усиливаются от того, что ребята заранее готовятся принять участие в празднике, учат стихи, песни, готовят костюмы вместе с родителями. Плюсами такого рода мероприятий являются глубокое эмоциональное воздействие, возможность привлечь к непосредственному активному участию практически всех членов класса, предоставление возможности школьникам проявить себя, свои способности и дарования. Конечно, такое мероприятие школьная библиотека может подготовить только вместе с классным руководителем, это сложное комплексное мероприятие. Правда, если вы все-таки решились на него, результаты превзойдут ваши ожидания. Такие праздники учащиеся начальной школы запоминают на всю жизнь. Можно подчеркнуть, что при организации праздников программа не должна быть громоздкой, затянутой. Максимальное время проведения мероприятий для средних школьников не должно составлять больше часа.

Как правило, литературный утренник или праздник строятся по следующей схеме: вступление библиотекаря, основной программы, в которую включены музыкальные фрагменты, инсценировки, художественное чтение, конкурсы и т.п., соединенные общей темой как нитью, и заключением, где ведущий кратко резюмирует идею праздника. Одной из форм работы, стимулирующей инициативу и предоставляющей возможность школьникам развивать свою творческую активность, является проведение различных конкурсов. Это могут быть конкурсы на лучшую иллюстрацию к книге, на лучшую рукописную книгу по выбранной тематике, конкурс на лучшее стихотворение, или творческую работу о каком-либо писателе и т.п. Неоднократный опыт проведения конкурсов в школе на лучшую рукописную книгу показывает, что ребята прекрасно знают элементы книги, роль иллюстраций, стараются сделать интересным содержание. Иногда получается так, что дети «помещают» в свою книгу произведения классиков, так ведь и это неплохо. Они лишней раз прочитают прекрасные образцы поэзии и прозы. Существует несколько этапов проведения конкурса. Перед проведением конкурса необходимо тщательно продумать цели и условия его проведения, исходя из возрастных особенностей и возможностей учащихся. После этого создается положение о конкурсе, которое регламентирует состав участников, формы конкурсных работ, сроки проведения, требования к конкурсным работам. Кроме того, положение включает номинации конкурса, этапы конкурса, состав жюри, предусматривает поощрение победителей. Положение утверждается директором школы. Следующий этап – информационная работа – информация о конкурсе должна быть доведена до всех потенциальных участников. Для этого нужно повесить красочные объявления не только в библиотеке, но и на школьной доске объявлений, а также опубликовать в школьной прессе. Еще более продуктивным будет предварительное собеседование с классными руководителями, устная информация в классах. Для подведения итогов конкурса выбирается жюри, в состав которого можно включить учителей, организаторов воспитательной работы, представителей внешкольных организаций. После определения победителей наступает заключительный этап конкурса – награждение. Это не менее важная часть всего мероприятия и должна проводиться широко, открыто, возможно, даже в форме праздника. Моральное поощрение подчас оказывает даже более сильное воздействие, чем материальное, поэтому торжественное чествование победителей должно стать апофеозом конкурса.

Большое значение в воспитании литературного вкуса, в формировании мотивации подросткового чтения играют комплексные мероприятия, предполагающие эстетическое воспитание путем использования синтеза искусств. Сюда можно отнести литературно-музыкальные, литературно-художественные, музыкально-драматические композиции. Литературно-музыкальная композиция развивает вкус, расширяет кругозор, развивает творческую активность, повышает общую культуру. Основываясь на принципах ассоциативного соединения различных по жанру, стилю и ритму художественных текстов,

музыкальных (а иногда и видео) фрагментов, объединенных общей идеей, эта форма позволяет ярче и эмоциональнее воздействовать на школьников, легче воспринимается, помогая им при этом сопоставлять, размышлять, делать выводы. Использование отдельных ярких деталей оформления помогает подчеркнуть эпоху, донести конкретный замысел, создать эмоциональную атмосферу погружения в искусство. Вместе с тем, это достаточно сложная форма работы, как для подготовки библиотекаря, так и для восприятия школьников. Наиболее целесообразно проводить ее с учащимися старших классов. При подготовке литературно-музыкальной композиции, желательно воздерживаться от перегруженности. Поэтому наряду с литературно-музыкальными композициями можно проводить и литературно-художественные композиции, где поэтические фрагменты сочетаются с видеоматериалом, а музыкальное сопровождение может быть фрагментарным, или включаться тихим фоном. Сегодня многие считают этот вид массовой работы менее действенным, потому что она предполагает пассивное восприятие, т.к. трудно вовлечь в активное действие всех присутствующих. Однако, здесь можно возразить. Активная деятельность школьников может проявляться на различных этапах работы. Например, когда текст композиции составляется самими школьниками, это дает возможность их наиболее полного и многогранного литературного и эстетического развития. Кроме того, желательно стремиться к тому, чтобы чтецами и исполнителями было как можно большее количество школьников. И, наконец, эта форма работы не допускает большого количества зрителей, она требует камерной обстановки. Иногда школьные библиотеки проводят литературные вечера или встречи в литературно-музыкальной гостиной. Это сложная и деликатная работа, которую целесообразно проводить совместно с учителем литературы и предметов художественно-эстетического цикла. Подготовка такого мероприятия требует значительного времени. Перед проведением такого вечера или встречи необходимо тщательно подготовить программу, исходя из целей и возможностей учащихся. Программа такого мероприятия может включать вступительную часть, официальную часть, художественную часть, заключение. Под официальной частью мы подразумеваем доклад, или сообщение. Однако, вместо доклада можно включить просто краткое вступительное слово учителя или библиотекаря.

Литературные вечера и встречи могут проводиться как общешкольное мероприятие, посвященное жизни или творчеству отдельного писателя. Здесь первым и основным условием является совместная работа с другими структурными подразделениями школы. Любая работа действенна, когда она проводится в системе. Поэтому необходимо стремиться к созданию именно целостной системы приобщения к чтению учащихся всех возрастных групп. Большую помощь библиотекарю может оказывать актив библиотеки. В заключение хотелось бы еще раз подчеркнуть, что обязательным условием успешной массовой работы школьной библиотеки является тесное взаимодействие с другими структурными подразделениями школы, с учителями предметниками.

Огромные перспективы открывают совместные формы работы с библиотеками централизованных библиотечных систем и специализированных детских и юношеских библиотек, которые имеют богатые фонды и квалифицированных специалистов.

Современные формы работы ШИБЦ по продвижению чтения

Продвижение книги и чтения – приоритетное направление деятельности библиотеки и ШИБЦ. Однако методы и формы популяризации книги за последние несколько лет существенно изменились. Сегодня библиотекари ведут активный поиск нестандартных форм продвижения книги и чтения, внося в традиционную работу новые идеи. При этом миссия библиотек не меняется, а обретает новую форму и содержание, получает новый потенциал.

Среди наиболее зарекомендовавших в последнее время форм библиотечной работы можно назвать:

Буккроссинг (от англ. — «перемещение книги»). Суть буккроссинга проста: человек, прочитав книгу, оставляет ее в людном месте. Эту книгу находит и читает другой человек. Прочитав, он делает то же самое. И так далее. Принцип «прочитал — отдай другому». Каждый может внести свой вклад в процесс буккроссинга — принести прочитанную книгу в Библиотеку, чтобы отсюда она начала увлекательное странствие, находя новых читателей.

Экран прочитанных книг. Данная форма позволяет продемонстрировать динамику чтения книг читателями библиотеки. На экране вместе с изображением рекомендуемых книг размещены фотографии читателей, прочитавших их. Эта форма позволяет отразить читательскую картину конкретной библиотеки. Читатели на экране могут увидеть своих близких, друзей, тем самым интерес к книге, которая будет изображена с их фотографией, появится у них и возможно это станет поводом взять ее на прочтение и будущей темой беседы с человеком с экрана.

Литературное караоке. Это конкурс чтецов, проводимый под музыкальное сопровождение. Как в караоке звучит мелодия, и мы поем песню, так в литературном караоке — звучит музыка, и мы читаем стихи. Музыкальное сопровождение подобрано к ритму, размеру стихотворения, и даже к тому настроению, которое оно несет. Чтец заранее не знает, какое он будет читать стихотворение и под какую мелодию. Он должен интуитивно уловить ритм стиха и музыки, и тогда получится прекрасное литературно- музыкальное исполнение поэзии.

Подвешенная книга. Условия проведения акции «Подвешенная книга» состоят в том, что любой читатель может «подвесить» на определенно отведенное место, оформленное в духе акции, свою любимую книгу, книгу, которую он мог бы порекомендовать своим сверстникам. К таким изданиям прикрепляется красочно оформленная табличка-отзыв читателя с его персональной рецензией на эту книгу. Книги, участвовавшие в акции, выдаются домой всем читателям библиотеки.

Предполагаемые результаты:

1. Активизация чтения, увеличение книговыдачи абонемента.
2. Создание читательских рейтингов лучших книг. (В. Иванов рекомендует...)
3. Создание рейтингов лучших читателей.
4. Проведение творческого конкурса по самой читаемой книге.

Флэшмоб (от англ. flashmob — «мгновенная толпа»). Это заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей внезапно появляется в общественном месте. В течение нескольких минут они выполняют заранее оговоренные действия и так же быстро расходятся.

Мероприятие имеет эффект неожиданности и направлено на то, чтобы вызвать у случайных прохожих удивление и заинтересованность. Например: участники флэшмоба в желтых футболках и бейсболках с символикой библиотеки появляются неожиданно в определенном многолюдном месте района, одновременно открывают принесенные с собой книги и читают вслух в течение нескольких минут и так же неожиданно одновременно расходятся.

Wi-Fi в продвижении классики. Эта форма является акцией. Паролем WI-FI может стать даты жизни великих русских писателей- юбиляров. В библиотеке организуется поисковая выставка, посвященная юбилеям. Поисковая выставка — это выставка, по которой разработаны задания — найти ту или иную информацию. Эта игра, придумана для того, чтобы читатель лучше познакомился с представленными книгами и документами на выставке. А найденная в ходе поиска информация — это пароль от Wi-Fi.

Насколько игра будет интересна читателям, зависит от таланта библиотекаря. В практике школьной библиотеки используются также традиционные формы работы: беседа, обсуждение книг, литературные вечера, премьеры и бенефисы одной книги, встреча с писателем, громкие чтения, читательские конференции, неделя детской книги и т.д.

Библиокафе (или книжное кафе) — игровой вариант информационной работы со

старшеклассниками. Вывеска в стиле ретро, библиотекари — метрдотель и официантка. В меню — духовная пища фактов: «Новости свежие» из газет и журналов, ассорти «Путь к успеху», десерт «Бестселлер по ...» (автору). «Меню» каждая библиотека составляет в соответствии со вкусами своих читателей и периодически обновляется. **Библиомарафон** — это комплекс мероприятий (акции, презентации, конкурсы и т.д.), популяризирующих фонды библиотек по определенной теме, юбилейной дате, по выявлению лучших читателей.

Может проходить в несколько этапов, в течение длительного времени. Дети могут получать библиофишки за участие в книжном марафоне.

Библиоперфоманс (от англ. performance – «представление, спектакль») — это форма современного искусства, где произведение составляют действия художника или группы в определённом месте и в определённое время. Он объединяет возможности изобразительного искусства и театра. Например, в библиотеку для проведения мероприятия приглашаются ребята из школы-студии Дома детского творчества. Они одеты в костюмы сказочных героев: Хозяйки Медной горы, Данилы-мастера, Золушки, Белоснежки и Пьеро. И сказка оживает вместе с ожившими литературными героями, создав тем самым библиотечный перфоманс. Маленькие читатели по описанию угадывают каждого героя, отвечая на вопросы викторины по этим литературным произведениям.

Еще пример: библиоперфоманс «Англия: туда и обратно». Мероприятие посвящено году Британской культуры в России. В ходе акции разыгрываются призы (настольные игры). В рамках мероприятия предусмотрены квесты по мотивам произведений Конан Дойла. Литературные аукционы по сюжетам произведений английских писателей-фантастов, литературная мафия по «Восточному экспрессу» Агаты Кристи. Актер кукольного театра читает стихи и рассказы английских юмористов, проводится интеллектуальный ринг для настоящих джентльменов, а также выступление волынщика, брейк-данс. Чай и овсяное печенье знатокам английского языка и многое другое.

Библиотечный бульвар — мероприятие, проводимое на улице с целью рекламы книги и чтения.

Библиотечный журфикс — это встречи с интересными людьми самых разных профессий в определенный, заранее установленный день недели, сопровождаемые широкой рекламой.

Библиофреш — (от англ. fresh — «свежий») — библиографический обзор новинок.

Дегустация литературных новинок — информирование о вновь поступившей в библиотеку литературе в кулинарном стиле.

Дискуссионные качели. В основе «дискуссионных качелей» лежит дискуссия. Суть этой формы состоит в имитации раскачивающихся качелей: чем сильнее толчок (аргумент), тем выше взлет «качелей». Это могут быть две группы учащихся, расположившихся друг против друга. После того как предложен вопрос для обсуждения, они поочередно от каждой группы высказывают суждения по предложенному вопросу — «качели» начинают свое движение. Возможен вариант «дискуссионных качелей», при котором каждая из групп выбирает определенную роль, позицию — «за» и «против» аргумента ведущего. «Оптимисты» и «пессимисты».

Например: «Я не боюсь говорить правду, потому что...» — начинает одна сторона. «А я боюсь говорить правду, потому что...» — отвечает другая сторона. Гурман-вечер любителей... жанра — вечер, посвященный определённому жанру литературы, подготовленный с учётом подчеркивания лучших сторон данного жанра. Звездопад поэтический — мероприятие, посвящённое шедеврам поэзии или популярным поэтам, требующее чтения стихов.

Квест (от англ. quest — «поиск, предмет поиска»). Это интерактивная приключенческая игра, участники которой перемещаются по пунктам, находят и выполняют задания в рамках общего сценария. Это игровой маршрут, каждый из пунктов которого таит в себе загадку или препятствие, которые маленьким игрокам необходимо решить или преодолеть. А те, кто доберется до финиша — смогут узнать главную тайну и получить за это супер-приз!

Книжное дефиле — торжественный проход по сцене, подиуму участников в ярких, красивых костюмах литературных героев. Модели для книжного дефиле подбираются под впечатлением сюжетов и образов художественной литературы и отражают творчество конкретного писателя, либо конкретное литературное произведение. Возможно дефиле обложек книг.

Книжные жмурки. Библиотекарь предлагает детям взять книги для прочтения домой из специальной подборки: книги обернуты плотной бумагой, и читатель не видит, какую книгу выбирает. За смелость — получает приз. При возврате книги рекомендуется побеседовать с ребенком о прочитанном. Эта форма работы позволяет оживить интерес читателей к хорошим, но незаслуженно забытым книгам.

Книжный аукцион — каждый участник представляет по одной ранее прочитанной книге так, что бы у присутствующих появилось желание её прочесть. Выигрывает тот, кто набрал больше голосов участников.

Книжный дресс-код — форма массового мероприятия, на котором презентуют именно те книги, которые можно считать обязательной составляющей имиджа современного человека.

Комильфо-вечер — (вечер хороших манер) — вечер, посвящённый этикету.

Литературная печка-куча. Печка-куча (яп. ペチャクチャ, болтовня) — на неформальных конференциях.

Литературная печка-куча проходит в традиционном формате: участники готовят доклады, дополняя их красочными презентациями из 20 слайдов. Время для показа одного слайда и его комментария — всего 20 секунд, и в сумме выступление каждого оратора длится не более 6 минут 40 секунд. После каждого рассказа слушатели могут поделиться своим мнением или задать вопрос. Доклады следуют один за другим.

Литературный суд. Вид читательской конференции. Это сюжетно-ролевая игра, имитирующая судебное заседание. Участники распределяют роли судьи, защитника, прокурора, судебных заседателей, потерпевших, обвиняемых и свидетелей. Подсудимым может быть какой-либо литературный герой.

Литературная ярмарка — комплекс небольших, но разноплановых мероприятий, которые проходят одновременно. Это могут быть викторины, конкурсы, встречи с интересными людьми, ролевые игры, номера художественной самодеятельности, розыгрыши призов.

Поэтический батл — битва, соревнование современных поэтов. Батлы активно собирают молодежь. Это не обычный литературный вечер, где в кабинетной тишине дрожит голос читающего. Здесь звучат мелодии фортепиано, громкие возгласы поддержки и аплодисменты. Это — творческий ринг для самых ярких и самых смелых поэтов.

Ток-шоу — на обсуждение выносятся какой-либо вопрос. Участникам предлагается обсудить несколько жизненных ситуаций, разыгранных актерами. Библиотекарь руководит обсуждением. Цель — нравственное воспитание читателей.

Феерия — представление сказочного содержания, отличающееся пышной постановкой и сценическими эффектами. Волшебное, сказочное зрелище.

Флешбук — презентация или знакомство с интересными книгами с помощью цитат, иллюстраций, личных переживаний и другой информации о книге.

Наглядные и информационные формы.

Библиотечный квилт — информационный стенд, состоящий из отдельных частей-лоскутов. Тематика библиотечных квилтов разнообразна: правовое информирование населения, СПИД, рукоделие, исторические события и др.

Например. «Алкоголь: иллюзия свободы». На стенде была представлена различная информация о влиянии алкоголя на организм человека. В течение месяца среди читателей библиотеки проводился опрос «Стоит ли мерить жизнь миллилитрами?» Стикеры с ответами читателей и информация, представленная библиотекарями, образовывали узор лоскутного полотна на информационном стенде.

Буктрейлер — это небольшой видео-ролик, который включает в себя самые яркие и узнаваемые моменты книги, визуализирует её содержание. Очень похож на трейлер

к кинофильму. Выполняя свою основную задачу — представляя читателю книги и пропагандируя книгочтение — в мировом культурном сообществе, буктрейлеры превратились в отдельный самобытный жанр. Продолжительность буктрейлера не более 3-х минут.

Криптограмма — зашифрованное сообщение для читателей. Это может быть имя писателя, название произведения.

Филворд, или Венгерский кроссворд, представляет собой прямоугольное (но бывает и произвольной формы) поле, в котором все слова уже расставлены. При этом они идут без разрывов, но могут ломаться в произвольном направлении (исключая диагональное). Каждая буква принадлежит только одному слову. Задача отгадывающего, отгадать слово и вычеркнуть его из сетки. Часто, для еще большего упрощения задачи, количество букв в слове-ответе сообщается в скобках после определения. Филворд для детей 8-10 лет на школьную тему, т.е. все слова из школьной жизни.

Выставочная деятельность ШИБЦ

Одной из эффективных и распространенных форм продвижения книги и чтения в школьной библиотеке является выставочная работа.

Основные типы выставок:

- выставки к памятным датам;
- выставки-персоналии (посвящены какому-либо лицу и приурочиваются к юбилеям);
- тематические выставки;
- выставки, ориентированные на развитие интереса к книгам и чтению.

Особенно хорошо себя зарекомендовали:

Выставка-отзыв. Например, «Читатель советует читателю». На выставке размещается обращение к читателям с просьбой оставить краткий отзыв на наиболее понравившуюся книгу. Отзывы рукописные, они вкладываются в книгу. Читатели прочитывают отзыв и берут книги домой.

Выставка-знакомство. Она организуется для того, чтобы познакомить читателей с каким-либо интересным человеком (местный деятель, известный человек и т.д.). Например, выставка-знакомство «Я хочу вам рассказать о...», где помещаются портреты, фото и материалы (книги, статьи, аудио-, видеоматериалы) об известных местных деятелях, в т.ч. представителях культуры.

Выставка-игра. На этой выставке составной частью являются элементы какой-либо игры, тематически обусловленной рекомендуемой литературой. Для дошкольников подходит игра с литературными сказочными героями «Угадай, из каких мы книг», для младших школьников темы могут быть самые разные: основы безопасности жизни, школа, наша планета и др.

Выставка-предупреждение, предостережение. Обычно популярна при проведении мероприятий по профилактике вредных привычек (алкоголь, курение, наркомания), например, «Расплата за легкомыслие и ошибки», «Наркотики. Зачем тебе это нужно?», «Игла – жестокая игра» и др.

Выставка-призыв. Побуждает к активным действиям, содержит призыв: «Хочешь быть здоровым – будь им!», «Да – здоровью, да – мечте, нет – наркотикам, беде!».

Выставка-откровение. Относится к разряду психологических выставок, которые организуются в последние годы в библиотеках, и предлагает откровенные мысли читателей-подростков по каким-либо вопросам: «Я знаю, что стоит жить...»: Молодежь и суицид», «Легко ли быть подростком?» и др.

Выставка, подготовленная читателем. Выставку готовит читатель подросток по интересующей его теме. И, конечно, на ней могут быть не только книги. Читатель может предложить конверты дисков, ксерокопии статей, сочинения школьных друзей, портреты кумиров, фото коллекций марок, различные знаковые аксессуары: значки, модели-символы, изготовленные из различных материалов, и многое другое. Читатель должен чувствовать, что он наравне с библиотекарем является творцом выставки: через сопоставление своих впечатлений о книге, своих читательских предпочтений, взглядов на общечеловеческие проблемы.

Выставка-рейтинг. «Горячая десятка», «Топ-5 лучших книг по математике» и т.д.

Выставка-настроение. Читателям – подросткам предлагается самим поставить книги на выставку и дать отзывы на них: «Я читаю эту книгу, когда мне весело...», «Я читаю эту книгу, когда мне грустно...» и т.д. Привлечёт внимание детей и тема: «Как верно сказано... не мною... обо мне», эту выставку может организовать библиотекарь по произведениям классиков. Разделы выставки: «Герои грустят», «Герои счастливы».

Выставка быстрого реагирования. Оформляется в том случае, когда происходит какое-то важное событие в общественно-политической или культурной жизни страны, которое требует от библиотеки быстрого отклика на него. Например, такие выставки: «Время выбирать», «Осторожно! Терроризм!» и др.

Выставка одного жанра. Представляя книги одного жанра – детектив, фэнтези, авантюрный роман, исторический роман, дамский роман и т.д., можно не только удовлетворить читательские потребности, но и помочь узнать о новых книгах с той же жанровой спецификой: «Об истории нашей замолвите слово: Исторический роман», «Открой удивительный мир поэзии!», «Смелые фантазии фэнтези» и др.

Выставка-раритет. На ней обычно представляют редкие, ценные издания, которые составляют сокровищницу библиотеки, фонд редких книг. 34 Названия выставок-раритетов: «Книги – долгожители»: (редкие и ценные издания), «Книжные редкости» и т.д.

Выставка «Литературный герой». Выставка будет привлекать внимание и дошкольников, и младших школьников, и подростков. Тематами выставок могут быть: «Кот Матроскин», «Домовёнок Кузька», «Шерлок Холмс», «Гарри Поттер». Сейчас легко организовать выставку «Гарри Поттер», так как вместе с книгами Дж. Роллинг издаются игрушки – фигурки героев, тетради, календари.

Выставка предусматривает активизацию творчества детей, письма героям, продолжение историй о герое, игры с героями и многое другое.

Выставка-конфликт. Думается, что это ещё одна из разновидностей «психологических выставок». Она оформляется для подростков с целью помощи читателю, в разрешении какой-либо конфликтной ситуации, помогает вести поиск возможных путей выхода из неё.

Выставка-дискуссия, выставка-спор, выставка-баталия. Цель книжной выставки-дискуссии – вызвать у читателей желание поспорить, подискутировать, высказать свое мнение по какому-либо вопросу или теме. Для этого на выставке должна быть представлена литература, освещающая данную проблему с разных точек зрения. Чаще всего выставки-дискуссии посвящают какой-то персоне, историческому или политическому лицу, деятельность которого нельзя оценить однозначно, или какой-либо теме, проблеме, на данный момент не решенной: Пример тематической выставки дискуссии: «Космические пришельцы: за и против». Разделы: «Да, они действительно прилетают!»; «Нет, они существуют лишь в нашем воображении».

Выставка книжных иллюстраций. На выставке располагаются раскрытые иллюстрированные книги на какую-то тему, но акцент делается на иллюстрациях. Для младших школьников и подростков будут интересны выставки иллюстраций одного художника, к книгам одного жанра, по одной теме, например, «Мороз и солнце» (зимние пейзажи). Выставка развивает у детей представление о книге как художественной ценности, где синтез текста и иллюстраций придают каждой неповторимый вид.

Выставка-календарь. Можно оформить календарь народных примет, календарь профессиональных праздников, календарь литературных дат, детских праздников в мире и т. п. Читательский адрес будет зависеть от темы выставки и её материалов.

Выставка-осуждение или антивыставка. На такой выставке могут быть представлены книги испорченные и не возвращённые: «Что с нами сделал ты...» и др.

Выставка-портрет. Может быть посвящена писателю или любому выдающемуся человеку. Она делает акцент на индивидуальности личности, представляя литературу о самом человеке. На выставке используются фотографии, иллюстрации, предметы, свидетельствующие о личной и профессиональной деятельности героя выставки.

Подготовка и оформление любой библиотечной выставки происходят в несколько этапов:

1. Выбор объекта выставки (обычно эту работу проводят при составлении плана работы);
2. Определение названия, читательского и целевого назначения (обычно эту работу проводят при составлении плана работы);
3. Обязательное углубленное прочтение литературы;
4. Выделение 2-5 проблемных вопросов, которые станут разделами выставки;
5. Подбор цитатного материала к проблемным вопросам;
6. Разработка ассоциативного ряда: отбор репродукций, фотоснимков, портретов, макетов;
7. Композиция материала (веерная, полярная, диагональная, крестообразная, вихревая и т.д.);
8. Изготовление дополнительных оригинальных средств, обеспечивающих наиболее выгодное впечатление от выставки (рекомендательные списки, кроссворды и т.д.);
9. Подготовка краткой устной экскурсии по выставке или обзора;
10. Реклама выставки (объявление, афиши);
11. Оценка эффективности выставки;
12. Учет выданных материалов с выставки.

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 видеofрагментами. 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.

Социальные сети, сервисы и инструменты Интернета в работе с пользователями ШИБЦ

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 формы 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. Популярные платформы 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-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, выясняете 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.

Помнить, 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 разобратся 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
 <p>VKontakte 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. Недостатки: большое количество спама и нелегального контента.</p>	Аккаунт		Дмитрий Емец , Иоанн Эрмит , Маруся Библиотечная , Библиотека историй ,
	Группа	Позволяет активно взаимодействовать с людьми, которые могут принимать участие в создании контента и обсуждении. Может быть открытой (пользователь, не вступая, имеет доступ к содержанию группы) и закрытой (нужен запрос на вступление, одобренный модератором).	БаБаКа ~сообщество любителей детской книги~ , Книги, изменившие мою жизнь , Хорошая книга и чашечка кофе , Мурманский меридиан , "Гайдаровка" , Чтение - фитнес для ума , Библиомания ,
	Страница	По сравнению с группами обладают меньшим количеством функций, например, отсутствует раздел "Новости"; нет возможностей сделать страницу закрытой или удалить участников.	Влюблённым в книги , Пять книг , Библиотека Гоголя , Библиотека в Марьино (Летняя читальня)
	Мероприятие	Организатором может конкретный человек или сообщество. Создавая мероприятие от	Вокруг света за Библионочь , Квест, приуроченный ко Дню знаний

		<p>имени сообщества, можно приглашать всех его участников (лояльная аудитория). Можно изменить организатора на другое сообщество и использовать ресурсы другой группы, в которой вы или ваши партнеры являются администраторами.</p>	
	Аккаунт	<p>Можно преобразовать личный аккаунт в страницу Facebook.</p>	<p>Публичная Библиотека Новоуральск, Библиотека Кота Ученого,</p>
 <p>Фейсбук Преимущества: отличные технологии; отсутствие нелегального контента; популярность в крупных городах. Недостатки: сложность интерфейса;</p>	Группа	<p>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</p>	<p>Школьные библиотеки Новоуральска, Неконференция библиотечных блогеров, Журнал о детской литературе "Переплет"</p>

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

Преимущества: оперативность, мобильность аудитории, быстрота публикаций. Недостатки: ограничение 140 символами, небольшое количество возможностей.			
---	--	--	--

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.

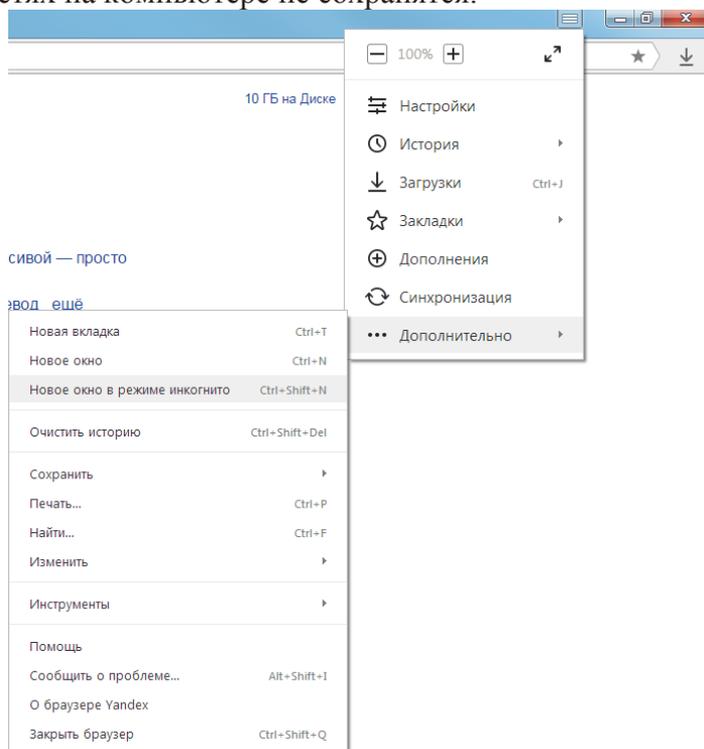


Рисунок 1 Установка режима «Инкогнито»

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 2 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 3 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 4 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

+7

Код подтверждения

Пароль

Введите пароль

Не менее 6 символов в длину

Войти на сайт

Рисунок 5 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 6 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.

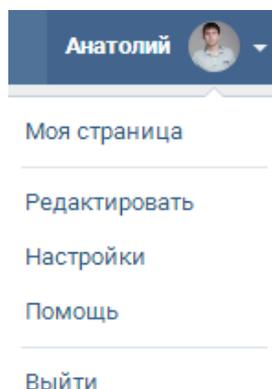


Рисунок 7 Редактирование

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 8 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 вообще 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 выбирать 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**»

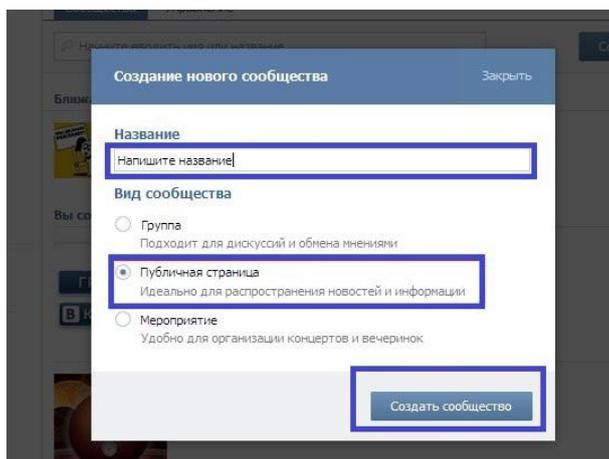


Рисунок 9 Создаем сообщество

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.

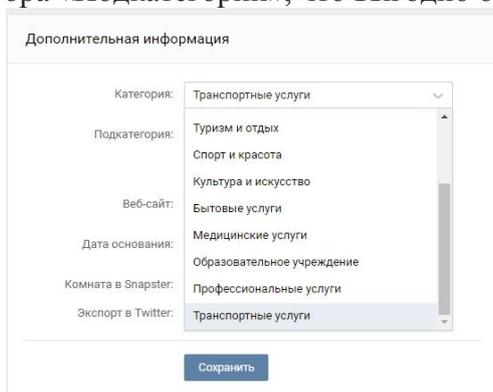


Рисунок 10 выбираем Тип страницы

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

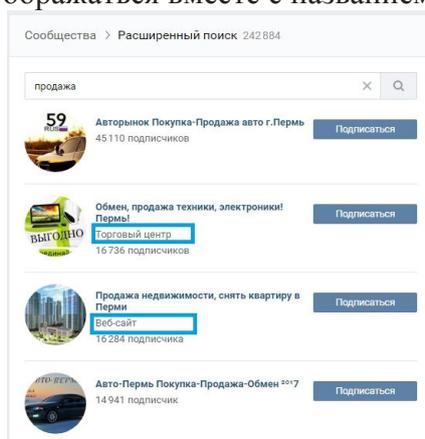


Рисунок 11 Пример отображения типа страницы при поиске групп

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.

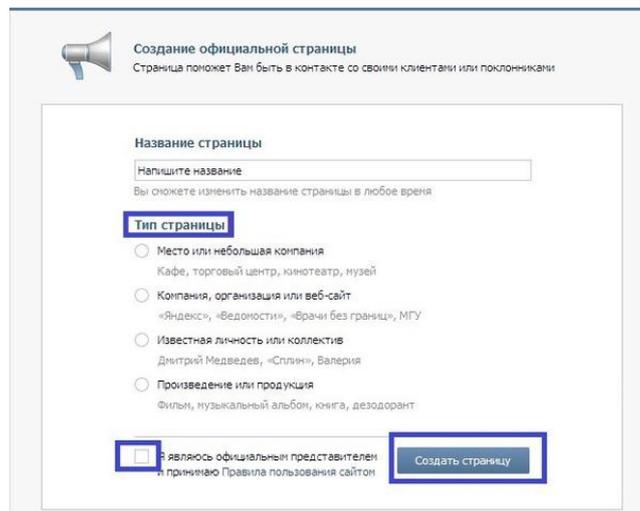


Рисунок 12 Создание публичной страницы закончено

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

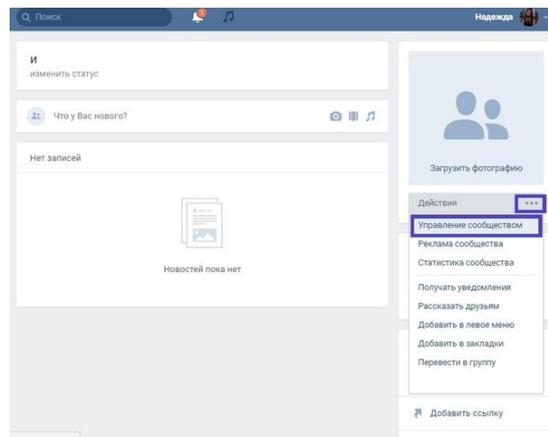


Рисунок 13 «Управление сообществом» под аватаркой страницы

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.

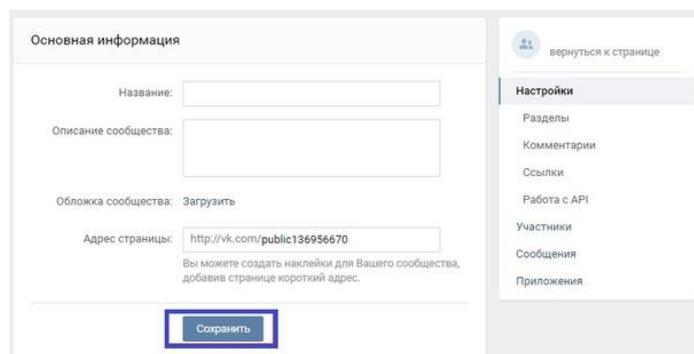


Рисунок 14 Сохранение настроек

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

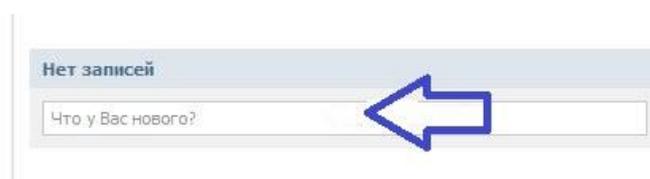


Рисунок 15 Добавление записей

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 16 Для создания сообщества заходим в «Группы»

Нет раздела Группы на странице

Если нет «Группы» зайдите в настройки страницы

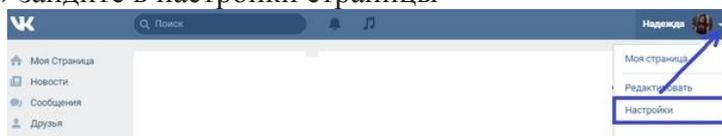


Рисунок 17 Кнопка Настройки страницы

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

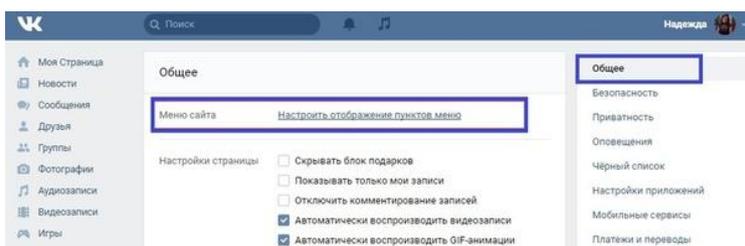


Рисунок 18 «Настроить отображение пунктов меню»

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

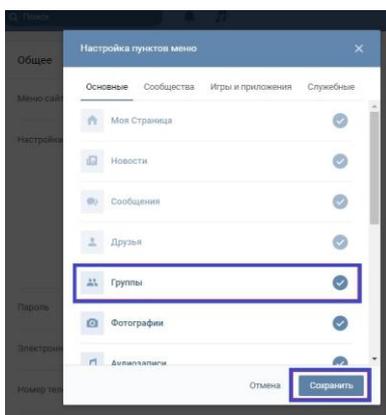


Рисунок 19 Ставим галочку и сохраняем

В новом окне: нажимаем "создать сообщество"

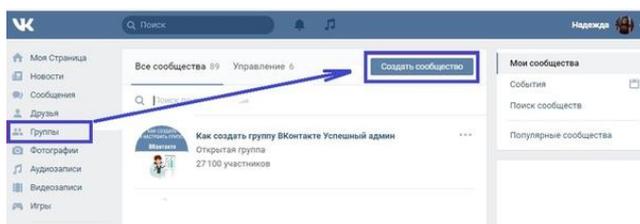


Рисунок 20 Нажимаем «Создать сообщество»

Заполняем окно создания группы

Далее:

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

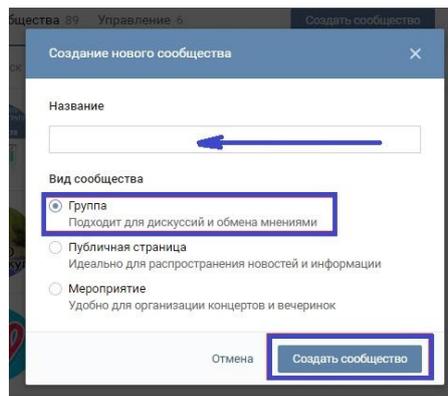


Рисунок 21 Заполняем название группы

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

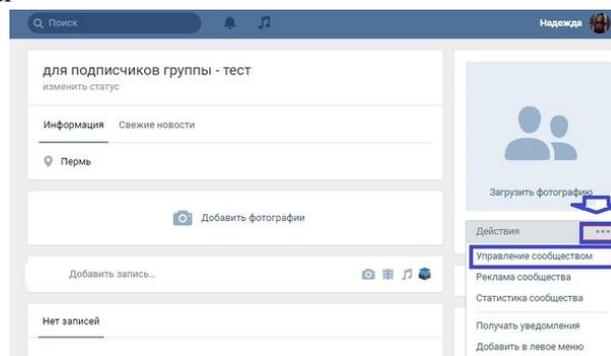


Рисунок 22 Настройки закрытости группы

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.

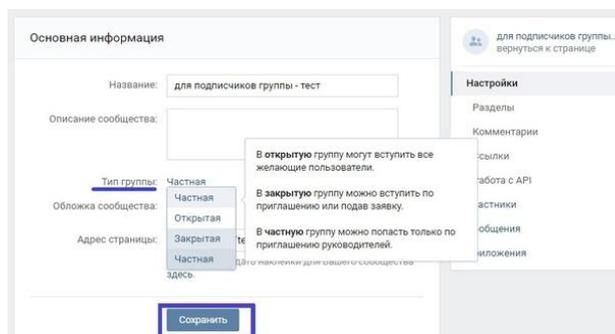


Рисунок 23 Выбираем тип группы

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

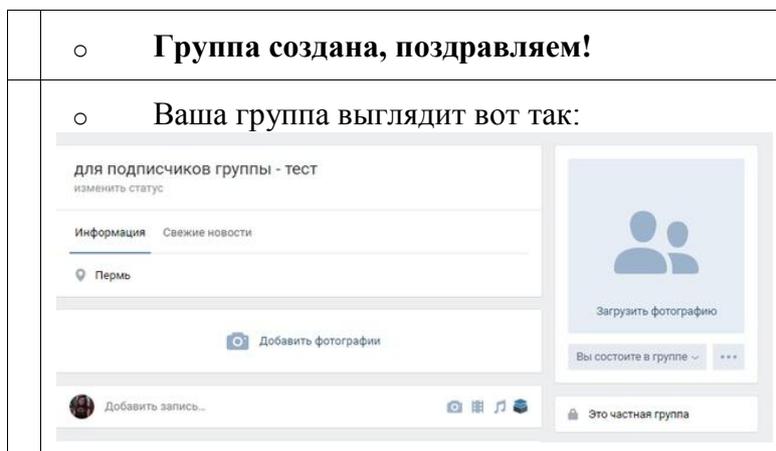


Рисунок 24 Так выглядит созданная группа

Скрайбинг. Виды и формы скрайбинга. Инструменты создания

Очень интересной формой визуализации информации, появившейся в последние годы является скрайбинг.

Скрайбинг можно использовать в школе на любом уроке и по любой теме. Подойдет он для объяснения нового материала и проверки усвоенного, может быть использован как средство обобщения изученного, как домашнее задание, как "мозговой штурм" и рефлексия на уроке. Наиболее перспективно использование скрайб-презентаций в проектной деятельности. Найдется место скрайбингу и в библиотеке. Например, можно создать рекламный ролик о библиотеке или ее отделе. В виде скрайбинга можно представить публичный отчет библиотеки, провести конкурс, организовать лекцию по информационной культуре. На сайте библиотеки с помощью скрайбинга можно оформить анонсы мероприятий, представить информацию о библиотечных акциях и конкурсах.

Таким образом, практически любое творческое задание может быть представлено в виде скрайбинга: начиная поздравительной открыткой и заканчивая мультфильмом.

Предлагаю познакомиться с ней более подробно.

Скрайбинг — это процесс визуализации сложного смысла простыми образами, при котором отрисовка образов происходит в процессе донесения информации.

Скрайбинг - новейшая техника презентации (от английского "scribe" - набрасывать эскизы или рисунки); речь выступающего иллюстрируется "на лету" рисунками фломастером на белой доске (или листе бумаги); получается как бы "эффект параллельного следования", когда мы и слышим и видим примерно одно и то же, при этом графический ряд фиксируется на ключевых моментах аудиоряда.

Виды и техники

Скрайбинг «рисовательный». Рука художника (скрайбера) рисует в кадре картинку, пиктограммы, схемы, диаграммы, записывает ключевые слова параллельно с текстом, звучащим за кадром.

Скрайбинг «аппликационный». На лист бумаги или любой другой фон в кадре выкладываются (наклеиваются) готовые изображения, соответствующие звучащему тексту.

Скрайбинг «магнитный». Готовые изображения крепятся магнитами на презентационную магнитную доску.

Скрайбинг «фланелеграфный»

Скрайбинг «компьютерный». При создании компьютерного скрайбинга используются специальные программы и онлайн-сервисы.

Плюсы:

Необычность, оригинальность

Краткость и образность

Большая степень усвоения материала аудиторией

Минусы:

Большие временные затраты: написания сценария, тренировки в рисовании, озвучка, съемки, монтаж фильма могут занять у вас несколько дней.

Технические трудности: не в каждой библиотеке есть видекамера, презентационная доска и штатив для видеосъемки, придется "выкручиваться".

Наличие минимальных изобразительных способностей. Как говорится, "то, что следует сделать, следует сделать хорошо".

Читаем и смотрим по теме:

[Скрайбинг как способ визуального мышления](#)

[Ваш скрайб-доклад](#)

[Вебинар «Как вместе с подростками создать видеокнигу в технологии RSA \(скрайбинг\)»](#)

[Визуальная фасилитация, или скрайбинг: что это такое и как это применимо в обучении?](#)

[Примеры скрайбинга](#)

Сервисы для создания:

[Скрайбинг под микроскопом. Часть 8. Сервис PowToon](#)

[Скрайбинг под микроскопом. Часть 9. Программа VideoScribe](#)

Создаем скрайб-презентацию

Предлагаем познакомиться с материалами мастер-класса М. Орешко ["Скрайбинг. Как нарисовать презентацию."](#)

А также посмотреть презентацию к мастер-классу по скрайбингу к межшкольному конкурсу, проведенному в рамках деятельности территориальной апробационной площадки "Создание ИБЦ".

Скрайбинг

[Открыть Скрайбинг](#)

В презентации использованы материалы блога ["Роза ветров.Север"](#).

[Скрайбинг под микроскопом. Часть 1. Что? Где? Зачем?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 2. Какой он бывает?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 3. Как писать сценарий?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 4. Как рисовать?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 5. Как озвучивать?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 6. Как снимать?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 7. Как монтировать видео?](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 8. Сервис PowToon](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 9. Программа VideoScribe](#)
[Скрайбинг под микроскопом. Часть 10. Что почитать и посмотреть?](#)

Обратите внимание на последнюю часть материалов блога по теме "[Скрайбинг под микроскопом](#)" под названием "[Что почитать и посмотреть?](#)" здесь собраны многочисленные ресурсы, которые помогут вам получить исчерпывающую информацию по скрайбину. [Скрайбы](#) Ваших коллег, участников конкурса "[Рисуем презентацию. Скрайбинг - это интересно!](#)"

Удачи и успехов в работе!

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. Кулышева 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>