



Курганская областная
универсальная научная
библиотека им. А. К. Югова

× Работа библиотек онлайн

Теремова Анна Васильевна,
Отдел внешних коммуникаций

Зачем нужен онлайн?

- Новые читатели
- Новые подписчики групп
- Раскрытие фондов, книговыдача
- Реализация программ, проектов, планов
- Профессиональный рост
- Требования времени



Совет

Возьмите за основу всё самое лучшее из своего опыта...

Добавьте креатив... Проводите мозговые штурмы...

Адаптируйте... И получите новый продукт!

Трудности:

- Отсутствие опыта
- Особенности формата
- Запись аудио, видеосъёмки, работа в кадре с книгой, монтаж, работа в команде
- Технические возможности
- Оказалось, что камеры телефона и диктофона не достаточно для шедевра



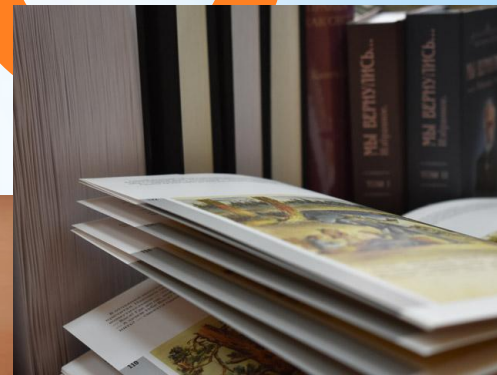
Совет

Отбросьте сомнения, это не так сложно как кажется!

Пробуйте!

Направления

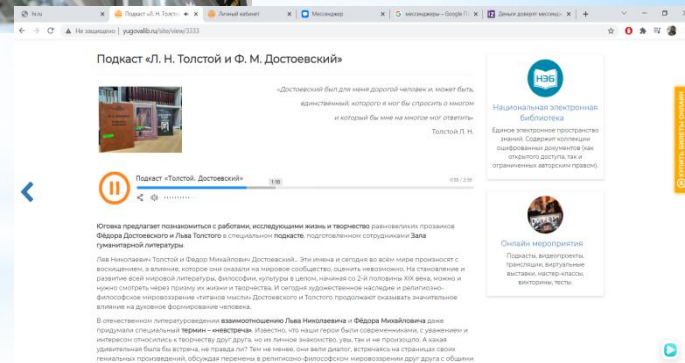
- Фонд
- Сервисы
- Сайты, соцсети,
мессенджеры



-
- ✗ медиаграмотность
 - ✗ развитие медиакомпетенций
-

Формы работы и форматы мероприятий,
которые мы **МОЖЕМ** легко адаптировать:

- Лекция
- Обзор книг
- Громкие чтения
- Встреча с автором
- Квиз
- Экскурсия
- ...



Совет

Работайте в команде и грамотно
используйте сильные стороны каждого!
Вместе – легко!

Формы работы и форматы мероприятий,
которые мы **ХОТИМ** создавать:

- Подкасты
- Виртуальная выставка
- Репортаж/интервью
- Радиопередача
- Интерактивное занятие
- Виртуальная реконструкция
- ...

Совет

Не бойтесь пробовать и анализируйте реакцию подписчиков.

Помните про вовлечённость и обратную связь!



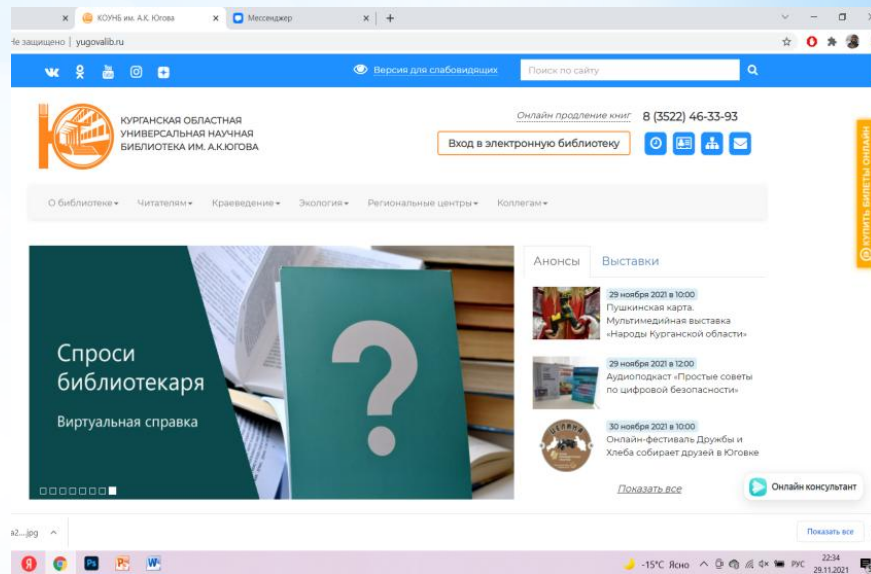
Удаленно через сеть интернет

Сайт

- электронные каталоги
- электронные библиотеки
- тематические разделы
- краеведческие ресурсы

Личный кабинет читателя

- ✗ спроси библиотекаря
- ✗ онлайн продление
- ✗ доставка документа



Краеведческие ресурсы

- литературные карты
- электронные библиотеки, коллекции полнотекстовых документов
- Краеведческие материалы

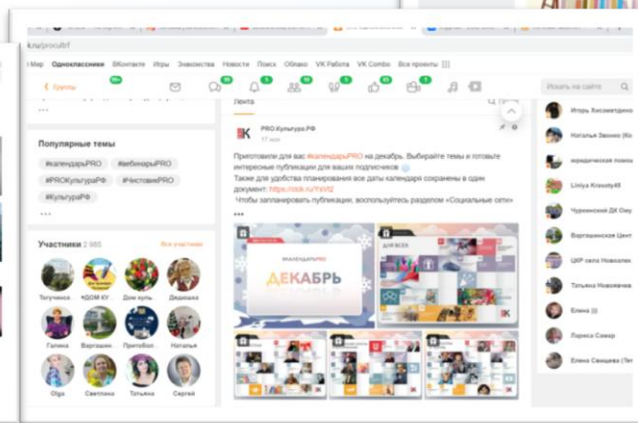
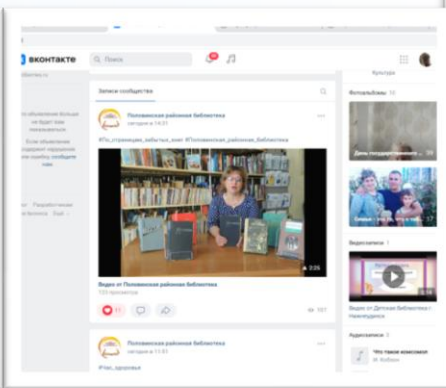
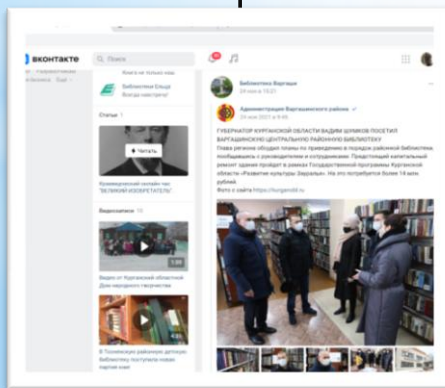
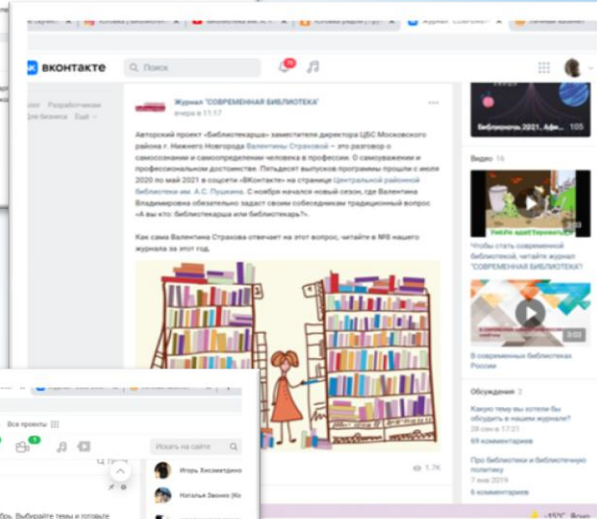
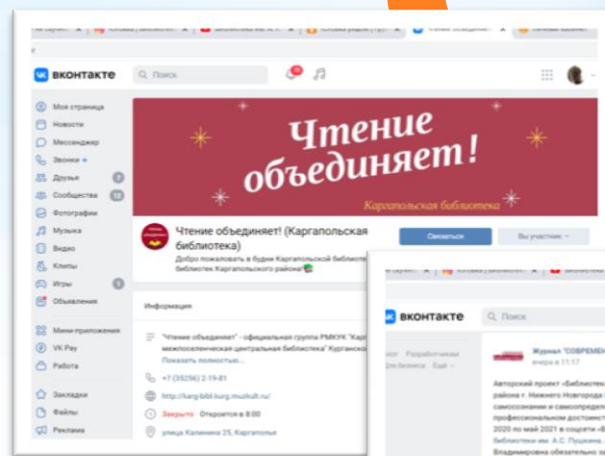


-
- ✗ устойчивый спрос на краеведческую информацию
 - ✗ стабильная аудитория пользователей
-

Соцсети

Цели присутствия:

- ПОВЫСИТЬ СВОЮ ПОПУЛЯРНОСТЬ
- РАССКАЗАТЬ О СВОЕЙ РАБОТЕ
- ПОЗВАТЬ НА МЕРОПРИЯТИЯ
- ПОРЕКЛАМИРОВАТЬ ФОНД БИБЛИОТЕКИ
- #ВАРИАНТОВ МНОГО



Организационная система

- организация
- координация
- планирование
- контроль качества
- составление отчетности
- + куратор



Сайт учреждения культуры. Требования, работа, продвижение

Методическое пособие по работе в социальных сетях
(Культура.РФ)

Методические рекомендации по организации онлайн-трансляций (Культура.РФ)

Библиотечные группы в социальных сетях : (не)методические рекомендации (СОУНБ им. В. Г. Белинского)

Методические рекомендации по созданию и эксплуатации сайтов и порталов учреждений культуры музейного типа.
(Москва, с изм. от 2018 г.)

Работа библиотек в онлайн-формате : дайджест. Вып. 28 / Архангельская областная научная библиотека им. Н. А. Добролюбова ; [О. Н. Кирюх, М. В. Дорофеева, Е. Б. Стахеева]. – Архангельск, 2021. – 24 с. – Электронная копия доступна на портале библиотек Архангельской области. – URL: http://www.biblioteka29.ru/upload/medialibrary/2ab/digest_28.pdf (дата обращения: 30.11.2021).

В Сети лучше общаться свободнее, не надо весь контент делать серьезным. Черкните небольшой пост о том, что как-то к вам заходил необычный посетитель и спрашивал, как пройти в цирк. Обязательно спросите, что неординарного произошло у ваших читателей. В течение дня устраивайте с пользователями прикольные интерактивы. Например, «Накидайте мне рифм к слову “карантин”»). Или «Народ, жду фоточки /видосики, кто сейчас чем занимается. Мы с Пушком штрихкодим книги»). Это называется «быстрый контент». Он буквально делается на ходу и отлично вирусится. При его создании важны лишь скорость и идея. Качество съемки или литературность текста не имеют значения.

Выходите не только на библиотечные и культурные сообщества (Культура.рф, «Современная библиотека», «Библиотеки Москвы»), но и на сообщества по смежным темам.

Начинайте сотрудничать с блогерами, которые собирают у себя информацию о лекциях, выставках, КУЛЬТУРНЫХ НОВИНКАХ.

Вы планируете встречу с авторитетным спикером и будете транслировать ее в прямом эфире? Расскажите об этом не только через свои источники. Подключите тех, чьих читателей это событие может заинтересовать или кто авторитетно вас порекомендует.

Планируете онлайн-марафон на тему «живопись»? Скооперируйтесь в виртуальном пространстве с музеем. В ответ предлагайте свои площадки. Пример синергии — онлайн-проект «Культурная сеть».

Библиотеки объединили силы и каждый день проводят прямые эфиры: видеолекции, онлайн-турниры по настольным играм, тесты, мастер-классы для детей и взрослых. Пробуйте найти общие точки соприкосновения даже с конкурентами. Это хорошая возможность расширить аудиторию и улучшить узнаваемость в Сети. Но не путайте коллаборацию с банальным копированием содержания сторонних ресурсов. Выкладывайте у себя оригинальную информацию. Даже то, о чем все говорят, можно подать под своим фирменным соусом. Пусть вас не пугает техническая сторона вопроса. Для записи обычных прямых эфиров, подкастов, роликов и фотосъемки вам вполне хватит смартфона или фотокамеры, штатива, микрофона с шумоподавлением и выход в Интернет. Минимум из программ, которые вам могут понадобиться, — редактор звуковых файлов Audacity (доступен бесплатно) и программа по созданию презентаций PowerPoint (есть на каждом компьютере). «Чтобы сделать качественное видео или запустить трансляцию, не обязательно владеть какими-то определенными навыками или знаниями. Всё это можно реализовать на тех платформах, которые есть у всех».

6 НК

Раздел 4. Число пользователей и посещений библиотек

В графе 16 указывается общее **число обращений в библиотеку удаленно**, через сеть Интернет, а также посредством средств коммуникации: телефон, факс, почта, телеграф. Учет ведется на основе фиксации посещений сайтов библиотеки всех уровней, имеющих отдельные счетчики, **ИСКЛЮЧАЯ** блоги и аккаунты в социальных сетях.

Раздел 5. Библиотечно-информационное обслуживание пользователей

В графе 11 строки 17 указывается **число справок (консультаций)**, выполненных по запросам удаленных пользователей библиотеки, поступивших по информационно-телекоммуникационным сетям (**в виртуальную справочную службу, по электронной почте, на аккаунт библиотеки в социальных сетях, иные автоматизированные формы приема запросов**). Учету подлежат адресные, библиографические, фактографические справки, а также консультации ориентирующего характера по раскрытию услуг и ресурсов библиотеки.

Раздел 5. Библиотечно-информационное обслуживание пользователей

В графе 12 по строке 17 учитываются **мероприятия, выполненные в удаленном режиме: на сайте библиотеки, платформе Культура.РФ**. К числу библиотечных мероприятий в удаленном режиме относятся: экскурсии (по зданию, экспозиции, кварталу и т. п.); выставки; видео и аудиообзоры литературы; моноспектакли или кукольные спектакли, концерты; громкие чтения; встречи с писателями, известными людьми; презентации книг; конференции; вебинары; лекции; мастер-классы или другие обучающие занятия; акции и конкурсы; викторины; показы фильмов, перешедших в общественное достояние (созданные в 1950 году и ранее).

The screenshot shows the website of the Russian Library Association (РБА). The header includes the logo and name of the association, a search bar, and a navigation menu with items like 'Об ассоциации', 'Вступить в РБА', 'Деятельность', 'Информационные ресурсы', 'Сотрудничество', and 'Контакты'. The main content area is titled 'Страница президента РБА' and features a portrait of M. D. Afanasyev. A quote from him is displayed: '«Сегодня амбициозная задача Российской библиотечной ассоциации — взять в свои руки судьбу библиотек. РБА должна быть единственным полномочным выразителем профессионального общественного мнения» (М. Д. Афанасьев)'. Below the portrait, a text block mentions that on May 15, 2017, at the All-Russian Library Congress, M. D. Afanasyev was elected as the president of RBA for the 2017-2020 term. A list of interviews and speeches is provided at the bottom of the page.

+ «Как социолог... я вижу три причины, по которым проводятся онлайн-мероприятия: первая – мы даем полезную информацию людям (и это хорошо работает); вторая – мы демонстрируем, что мы есть, чтобы читатель нас не забыл; третья, скрытая, – мы создаем наш образ. То есть для аудитории, которая ходит в библиотеку, это корректировка образа. А для тех, кто не ходил, – его формирование... Я бы очень хотел, чтобы мы всё время думали о том, что онлайн-мероприятия... работают на имидж наших библиотек – или против него».



**Курганская областная
универсальная научная
библиотека им. А. К. Югова**

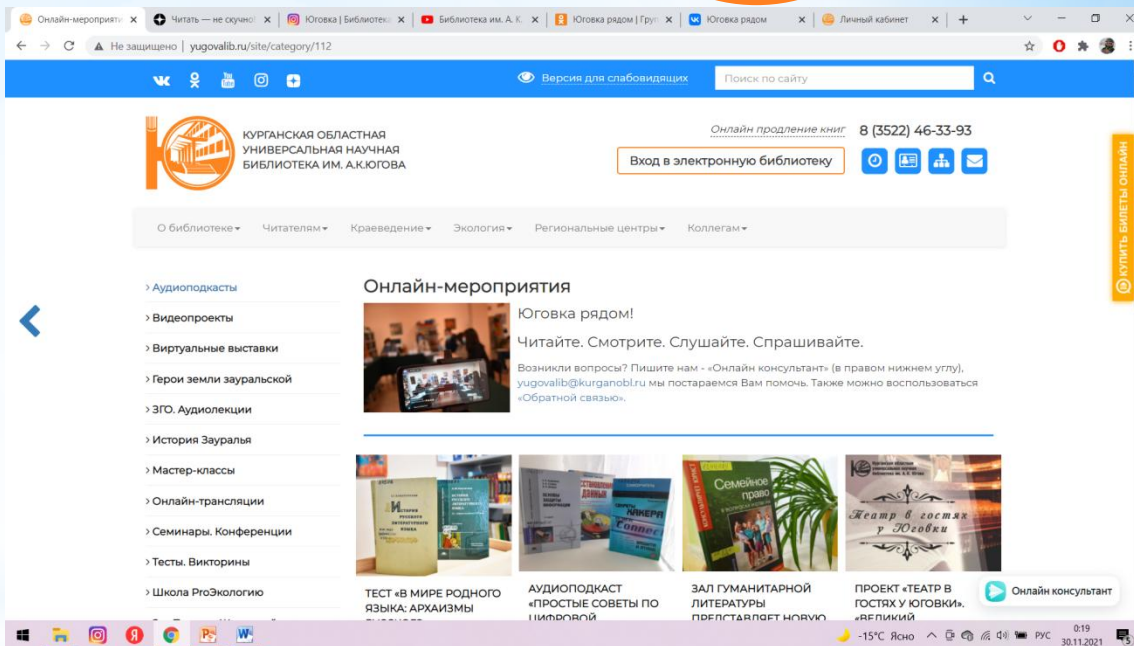
**Вопросы,
предложения,
пожелания**

kounb.mark@mail.ru

<http://yugovalib.ru/>

– Онлайн консультант,
Онлайн мероприятия

<http://pamyat.kurganobl.ru/>



ВК – Юговка рядом, ОК – Юговка рядом
YouTube – Библиотека им. А. К. Югова /Курган
ИН – Юговка | Библиотека в Кургане
Яндекс.Дзен – Читать не скучно