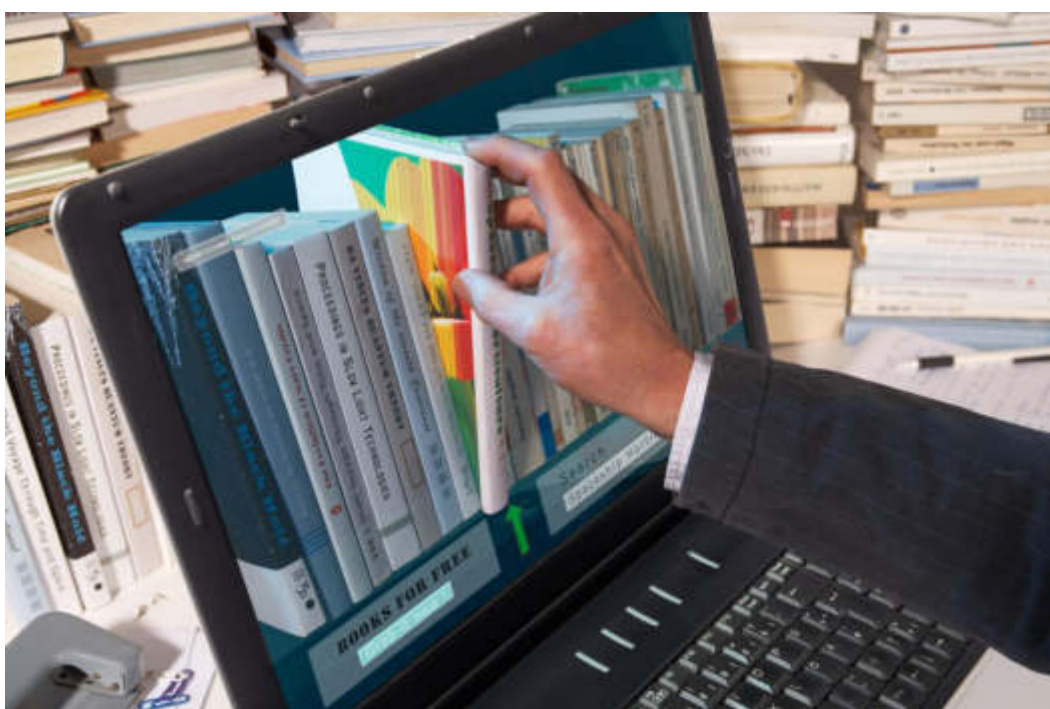


**Муниципальное казённое учреждение города Лермонтова
«Централизованная библиотечная система»**

Инновационно-методический сектор

18+

«Работаем онлайн: Мероприятия. Контент-план. Услуги. Учёт»



Методические рекомендации

Составители: Беспалова В.Ю., Малушко Н.А., Моисеева К. С.
Методические рекомендации Работаем онлайн: Мероприятия. Контент-план.
Услуги. Учёт / В.Ю. Беспалова, Н.А. Малушко, К. С. Моисеева; МКУ г.
Лермонтов «Централизованная библиотечная система». – Лермонтов
(Ставропольский край), 2022 – 21 с., ил.

Лермонтов, 2022

Уважаемые коллеги!

Быстро меняющийся мир ставит перед нами задачи, которые уже нельзя решить привычными методами и используя старые проверенные формы работы. В новых условиях библиотеки активно переходят на виртуальный формат обслуживания читателей. Для эффективной работы и создания медиа продуктов высокого качества, способных привлечь современных пользователей, библиотекарям необходимы представления о том, что такое онлайн-мероприятия в библиотеке, а также знания компьютерных программ и навыки пользования ими.

Данные методические рекомендации направлены на то, чтобы эффективно и грамотно выстроить работу, чтобы вызвать интерес у читателя.

Методическое пособие предназначено для библиотечных работников, методистов, педагогов-библиотекарей.

Содержание

1. Такой загадочный онлайн	4
2. Формы онлайн-мероприятий	6
3. Платформы для проведения дистанционных мероприятий	13
4. Контент-план	15
5. Другие формы работы в онлайн	16
5.1. Идеи публикаций	16
5.2. Формы электронных ресурсов для размещения на сайте/странице	16
в соцсетях	
5.3. Услуги	17
6. Требования к проведению онлайн-мероприятий и их учёт	19
6.1. Требования к проведению	19
6.2. Учёт онлайн-мероприятий	19
6.3. Учет зрителей мероприятия	20
7. Вопросы и ответы	21
Заключение	21

1. Такой загадочный онлайн

Термин «онлайн» (от английского «to be on line» — находиться на линии) появился в обиходе задолго до появления Интернета, в те времена, когда компьютеры соединялись между собой по коммутируемым телефонным линиям при помощи модемов. В отношении программного обеспечения термин всегда означает «подключённый к Интернету», функционирующий только при подключении к Интернету, а также «происходящее в Интернете». Поэтому, если мероприятие проходит в Интернете, то оно уже онлайн.

+ Зачем в библиотеке нужен онлайн формат?

- + Новые читатели
- + Новые подписчики групп в соц.сетях
- + Раскрытие фондов, книговыдача
- + Реализация программ и планов
- + Профессиональный рост

- Трудности:

- Небольшой опыт работы в этом направлении.

Особенности:

* Запись аудио, видеосъёмки, работа в кадре с книгой, монтаж, работа в команде. Технические возможности. Оказалось, что камеры телефона и диктофона не достаточно для шедевра.

* Советы:

Работайте в команде и грамотно используйте сильные стороны каждого! Вместе - легко! Возьмите за основу всё самое лучшее из своего опыта, добавьте креатив, проводите мозговые штурмы, адаптируйте и получите новый продукт! Не бойтесь пробовать и анализируйте реакцию подписчиков! Помните про вовлечённость и обратную связь! Отбросьте сомнения, это не так сложно, как кажется! Пробуйте!

* Как часто?

ВКонтакте, Одноклассники - 1-4 поста в сутки, Инстаграм – 1-2 раза в сутки. Видеообзоры - отличная идея для рубрики!

Нужно стремиться к **качественному** контенту, к которому потянутся пользователи, чем к **количественному** показателю.

* Подсказки:

Переводим обычные форматы в онлайн: лекция-видеолекция, выставка-виртуальная выставка, библиотечная акция - сетевая онлайн-акция и т.д.

Откажитесь от штампов и «первых ассоциаций», ищите новый ракурс, нестандартный подход. Не используйте длинные названия. Название-цитата не всегда уместно. Давайте названия самим видеозаписям. **ОБЯЗАТЕЛЬНО!** Сопровождайте видеозапись интересным постом-анонсом. Используйте хэштеги и ключевые слова.

При съёмке создайте «глубину» фона Библиотека - это книги! Откажитесь от «зеркальной» съёмки (фронтальная камера). Не захламляйте стол (если используются атрибуты, они должны быть «к месту» и «работать» в кадре). Постарайтесь говорить, а не читать. Смотрите в камеру, на гостя, на предмет. Используйте принцип “золотого сечения”, не перегружайте кадр.

*** ЗАПОМНИТЬ: онлайн-акция, онлайн-конкурс и т.п. пишем через дефис, без пробелов; акция онлайн, мероприятие онлайн и т.п. пишем без дефиса с одним пробелом.**

Правильно: онлайн-урок

Если ещё десять лет назад словосочетание «онлайн-урок» или «онлайн-курс» было в диковинку, то сейчас этим никого не удивишь (ну или почти никого). С Интернет-терминами вечно беда: непонятно со строчной или заглавной буквы писать, латиницей или кириллицей, отдельно или через дефис. Разбираемся: первые части сложных слов «онлайн» и «офлайн» пишутся, во-первых, русскими буквами (никаких online и уж тем более онлайн), а во-вторых, присоединяются дефисом. А вот если вы хотите подчеркнуть своё нахождение «в сети», вполне можете сказать «Я буду онлайн через 30 минут».



2. Формы онлайн-мероприятий

Форматы онлайн-мероприятий: вебинары, онлайн-мастер-классы, челленджи, онлайн-акции, онлайн-флешмобы, онлайн-конкурсы, онлайн-концерты, виртуальные выставки и т.д.

В своих социальных сетях можно проводить различные мероприятия в формате онлайн. Например, запустить марафон чтения, состоящий из цикла заданий или подготовить увлекательные обзоры книг и Интернет-ресурсов, посвященных определенным датам, виртуальные выставки, «читалки», флешмобы, батлы, конкурсы, викторины и т.д. В публикациях рекомендуется использование хештегов.

Акция онлайн – яркое комплексное мероприятие, вовлекающее большое количество людей, направленное на продвижение социально значимых целей, например, продвижение чтения, осуществляемое в виртуальном пространстве. Реализуется как несколько видеороликов по одной тематике, объединенные общей темой; серия постов, объединенных общей темой. Может быть фото-акция, видео-акция, литературная акция и т.п.

Анимированное видео – это яркий, динамичный и необычный способ визуализировать информацию. Видео, сторис, гифки побеждают по охватам обычные фото и тексты. Анимация привлекает внимание и задерживает взгляд. С помощью анимированных картинок удобно объяснять сложные понятия, рассказывать забавные истории или просто вызывать эмоции у читателя.

Вебинар - разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через Интернет с возможностью обратной связи в режиме реального времени. Для организации вебинара используются технологии видеоконференции, Интернет-телефонии и др.

Видеосообщение - сообщение в форме короткой видеозаписи.

Викторина - вид игры, заключающийся в ответах на вопросы онлайн. У участников викторины должна быть возможность максимально просто ответить на вопросы и получить ответы. Для этого викторину можно сделать в онлайн-сервисе, и тогда читатель пройдет по ссылке на викторину и отметит правильные ответы. Другие варианты проведения викторины онлайн: картинки с вопросами, ответы на которые читатели пишут в комментариях к посту; видеовикторина, ответы на которую читатели пишут в комментариях к посту; опрос или приложение «Тесты» «Вконтакте». Необходима обратная связь или возможность просмотра правильных ответов.

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. Может быть выполнена в форме презентации; слайд-презентации (слайд-шоу) обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным сопровождением; видеообзора с рекомендациями библиотекаря, записью «громких чтений» читателей, видеовпечатлений читателей и/или известных людей; интерактивного плаката; ментальной карты; ленты времени; 3D-книги: виртуальной доски.

В этом пособии остановимся на выставках подробнее.

ВИРТУАЛЬНАЯ КНИЖНАЯ ВЫСТАВКА

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.).

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

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, газетные, электронные), нескольких видов изданий одновременно

(комплексные), новых носителей информации (CD-ROM, пластинки, микрофильмы, видеокассеты), сайты, блоги, 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 их создания):

- * Презентация (Power Point, Slide Share)
- * Слайд-презентация (слайд-шоу) обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным сопровождением (Power Point, Photopeach, Photosnack).
- * Видеообзор с рекомендациями библиотекаря, записью «громких чтений» читателей, видеовпечатлений читателей и известных в городе людей (Windows Movie Maker, Youtube).
- * Выставка в виде интерактивного плаката (Power Point с использованием гиперссылок, ThingLink).
- * Выставка 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).
- * Выставка в виде ленты времени (Power Point, Dipity, Xtimeline, Free Timeline, Timerime, Timtoast, Ourstory Capzles).
- * Выставка в виде 3D-книги (MS Publisher, Flip Book Maker, Flip PDF, ZooBurst Calameo Photosnack Myebook).
- * Выставки на географической карте (Google Maps)
- * Выставка – виртуальная доска (Thinglink, Google Презентации)
- * 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.

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

Преимущества и возможности виртуальной выставки:

* Для просмотра выставки читателю необязательно находиться в библиотеке, достаточно выхода в Интернет. Читатель может ознакомиться с выставкой в любое время.

* Возможность экспонирования большего 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.

* Каждый документ можно сопроводить аннотацией, рефератом, копией оглавления и/или фрагментами текста, иллюстрациями, историей создания произведения, описанием эпохи, аудио- и видеофрагментами. Компьютерные технологии делают виртуальную выставку живой и динамичной.

* Документам, представленным на виртуальной выставке, не грозят повреждения. Выставка в Интернете может функционировать постоянно.

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

Среди ограничений применения электронных книжных выставок, следующие:

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

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

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

Виртуальное путешествие / Виртуальная экскурсия - это сумма знаний, представленная при помощи компьютерных технологий, находящаяся в виртуальном пространстве, сообщаемая группе людей, реализуя определенный алгоритм их передачи; наглядный процесс изучения человеком окружающего мира, организованный на заранее подобранных объектах, располагающихся в естественных условиях или находящихся в помещениях предприятий, лабораторий, НИИ и проч. / это не физическое перемещение своего взгляда из текущего места, в другое место, посредством дисплея компьютера, ноутбука, планшета или смартфона, с возможностью перемещаться в пространстве удалённого места («ходить по помещениям», «гулять по паркам»).

Виртуальная реконструкция – вспомогательный инструмент исторического исследования, целью которого является точное воссоздание какого-либо объекта или события в трехмерной среде, результаты VR используются для аналитической работы, существенно повышая

эффективность за счет визуальной составляющей и высокой степени информативности исследования.

Громкие чтения – форма устной пропаганды литературы – чтение вслух текста произведения с последующими комментариями чтеца и обсуждением прочитанного. Обсуждение может быть как в прямом эфире в виде диалога, комментариев, так и в ответах на вопросы и комментировании после эфира.

Дистанционные читательские конференции.

Они открывают принципиально новые возможности для работы с читателями, которые, выбрав интересующую их тему, могут зарегистрироваться и принять участие в таком мероприятии. В отличие от обычных конференций, которые проходят в здании библиотеки, дистанционные могут проводиться параллельно, быть разной продолжительности и по-разному организованы.

Например трансляция на Ютубе с возможностью комментирования в прямом эфире и ответы на комментарии после эфира; Прямой эфир в Инстаграм и т.п.

Интерактивное занятие - интерактивный («Inter» - это взаимный, «act» - действовать) – означает взаимодействовать, находиться в режиме беседы, диалога с кем-либо. Другими словами интерактив ориентирован на более широкое взаимодействие читателя не только с библиотекарем, но и друг с другом и на доминирование активности читателей.

Интерактив — это специальная форма организации познавательной деятельности. Она подразумевает вполне конкретные и прогнозируемые цели. Цель состоит в создании комфортных условий познания, при которых читатель чувствует свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность, приобретение знаний и навыков. Другими словами, интерактив – это, прежде всего, диалог, в ходе которого осуществляется взаимодействие между читателем и библиотекой, между самими читателями.

Интерактивная выставка – выставка, предоставляющая пользователю возможность активного участия: переходы на сторонние ресурсы, использование QR-кодов (двухмерные штрих-коды, которые считываются камерой мобильного телефона), просмотр видео и прослушивание аудио контента, выполнение заданий и т.п.

Интеллект-игры (викторины, квизы, квесты, кроссворды и др.) - это вид игры, основывающийся на применении игроками своего интеллекта или эрудиции, осуществляемая в виртуальном пространстве. Как правило, создается в онлайн-сервисе или осуществляется посредством прямой трансляции. В последнем случае библиотекарь готовит видеоролик или презентацию по определенной теме, транслирует её в режиме реального времени, например, в Zoom, просит участников писать ответы в комментарии или называть их и озвучивает, кто ответил правильно.

Интернет-марафон - это мероприятие, которое проводится в режиме онлайн, длится несколько дней и посвящено определенной теме.

Лекторий (может быть использован для библиотечного урока) - это короткие полезные мероприятия: лекции, мастер-классы, конференции.

Мастер-классы - интерактивное занятие в виртуальном пространстве, во время которого все процессы осуществляются на практике и с участием слушателей в контексте обмена опытом между руководителем и слушателями. Может быть в виде прямого эфира, видеоролика, фотографий с описанием процесса изготовления какого-либо изделия.

Обзор книг - это связный, последовательный, рассказ о произведениях печати или электронных книгах, осуществляемый в виртуальном пространстве. Может быть в виде видеоролика, презентации, поста.

Онлайн-встреча с приглашённым гостем (писатель, специалист узкой направленности, ветеран ВОВ и т.д.) - это заранее условленные собрания двух и более людей в виртуальном пространстве. Перед онлайн-встречей составляется список примерных вопросов к писателю. Ответственный за проведение мероприятия придерживается этого списка, который является частью сценария культурно-массового мероприятия. Следует также предусмотреть возможность аудитории задать вопрос автору. Для этого отводится до 10 минут хода проведения мероприятия.

Онлайн-журнал - иллюстрированный каталог рекомендованной литературы. Например: Материалы Интернет-журнала рассказывают о разных аспектах детского чтения. По мере записи материалы будут доступны для просмотра на YouTube-канале.

Онлайн-квест – приключенческая игра; ключевую роль в игровом процессе играет решение головоломок и задач, требующих от игрока умственных усилий.

Онлайн-квиз – соревнование, в ходе которого один или несколько участников отвечают на поставленные им вопросы.

Онлайн-конкурсы - конкурс, действие которого проходит в онлайн-режиме: представление рисунков, фотографий, видеороликов в соответствии с заданными условиями. Конкурсы развивают творческие способности и мотивируют на обращение к книге.

Виды онлайн-конкурсов: конкурс отзывов на прочитанное произведение летом (лучшие из них размещают на сайте); конкурсы читательских буктрейлеров; конкурсы читательских видеороликов-мотиваторов чтения; конкурс фанфиков «Придумай продолжение или напиши свою историю о...»; конкурсы фотографий оригинальных сюжетов чтения книг; конкурсы творческих работ (эссе, рассказов на тему).

Подкасты - это серия каких-либо тематических материалов (они называются эпизодами), которые начитываются на звукозаписывающее устройство и размещаются в Сети. Иными словами, это выпуск радиопередачи в интернете, который может подготовить любой пользователь, если он располагает соответствующим программным обеспечением.

Прямой эфир / трансляция - передача аудиовизуального изображения с любого мероприятия в реальном времени через Интернет большому

количеству зрителей. процесс непосредственной передачи телевизионного или радиосигнала с первого дубля с места проведения записи в эфир, то есть трансляция сигнала в реальном времени.

Репортаж / интервью - это серия каких-либо тематических материалов (они называются эпизодами), которые начитываются на звукозаписывающее устройство и размещаются в Сети. Иными словами, это выпуск радиопередачи в Интернете, который может подготовить любой пользователь, если он располагает соответствующим программным обеспечением.

Либо это может быть обычное интервью, записанное на носитель и размещённое в Интернет.

Театрализованное чтение - метод устного чтения, при котором один или несколько человек представляют символы текста с помощью своего голоса. Он подчеркивает эмоции и интенсивность слов, а в некоторых случаях ритм рассказа также сопровождается языком тела.

Особенно в части диалогов, театрализованное чтение использует голос, как если бы это было театральное представление. Хотя он не требует запоминания текстов, для лучшего представления он требует определенного текста для уточнения выразительной способности каждого из персонажей. Может использоваться в подкастах и презентациях.

Тесты - это текстовая конструкция, состоящая из вопроса и готовых вариантов ответов, которая используется для проверки уровня знаний испытуемого в конкретной области. Реализуется онлайн тест при помощи современных программных средств. Это могут быть анкеты, языковые и числовые тесты, абстрактно-логические задачи. Иногда нужно давать ответы на вопросы программы либо выбрать один из предложенных вариантов.

Челлендж (когда несколько библиотек и читатели/блогеры снимают видео или публикуют фотографии на определенную тему с хештегом челленджа) – задание, которое предлагается выполнить подписчикам. Разновидность – книжный челлендж (книжный вызов) – это популярный формат состязания по чтению. Читатели берут книги, объединённые какой-то идеей или просто указанные в списке (расписании), и бросают себе вызов: «смогу ли я прочесть эти книги за отведённое время?». Экскурсия онлайн (виртуальное путешествие) – показ заранее подобранных объектов в режиме онлайн. Может быть в виде видеоролика, прямого эфира, презентации.

Флешмоб – заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей выполняет заранее оговорённые однотипные действия (сценарий), проведение флешмоба осуществляется через сеть Интернет. Обязательное условие – использование уникальных хештегов, по которым можно найти публикации, имеющие отношение к флешмобу.

3. Платформы для проведения дистанционных мероприятий

На случай создания максимального эффекта присутствия, живого общения участников с выступающими и между собой используются средства удаленного присутствия, которые есть на площадке (Zoom, Skype, мессенджеры).

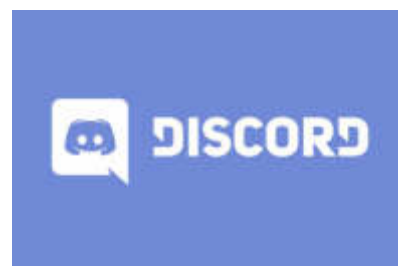
Zoom – сервис для проведения видеоконференций, онлайн-встреч и дистанционного обучения. Организовать встречу может любой, создавший учетную запись. Бесплатная учетная запись позволяет проводить видеоконференцию длительностью 40 минут.



Skype – бесплатное программное обеспечение, обеспечивающее текстовую, голосовую и видеосвязь через Интернет между компьютерами. Программа также позволяет совершать конференц-звонки, видеозвонки (до 50 абонентов, включая инициатора), а также обеспечивает передачу текстовых сообщений (чат) и передачу файлов.



Discord – бесплатный мессенджер с поддержкой VoIP и видеоконференций, изначально ориентированный на пользователей компьютерных игр. Максимальное количество людей в видеобеседе составляет 10 человек.



Какие сервисы использовать для мероприятий онлайн

Разберитесь в бесплатных сервисах, которые есть. Сейчас очень популярен сервис Zoom. У него есть русскоязычный интерфейс, бесплатная версия. Вы можете провести вебинар продолжительностью до 40 минут максимум на 100 участников.

Сервисы Google тоже бесплатные. Это сочетание из трех сервисов – Google Classroom, Youtube и Hangouts.

Существуют и другие способы проведения занятий. Вы можете создать закрытую группу в соцсетях ВКонтакте, Фейсбуке, Одноклассниках. Еще один способ – групповые чаты в Ватсапе, Телеграмме и Вайбере. Можно создать группу, где только администраторы смогут писать, выдавать фиксированное время занятия, присылать видеоролики, голосовые сообщения. Главное, чтобы вашим участникам было удобно. Например, в Телеграмме можно завести канал и чат, так делают популярные блогеры. Например: Ломоновский Дом культуры провёл ВКонтакте прямую трансляцию мастер-класса по лего.

Порядок организации и проведения онлайн-мероприятия

Для проведения онлайн-мероприятий необходимо тщательно спланировать его организацию и подготовку.

Выкладывание в сеть Интернет видеозаписей из собственного архива учреждения культуры **не является онлайн-мероприятием**. Это поддержка связи со своей целевой аудиторией.

В положениях / рабочих / сценарных планах онлайн-акций, онлайн-флешмобов, челленджей, онлайн-конкурсов, виртуальных выставок и других онлайн-мероприятий обязательно должен быть прописан временной период проведения каждого онлайн-мероприятия.

При подготовке и проведении онлайн-мероприятий важно учесть соответствие тематики и формы предстоящего мероприятия.

Подготовительный этап:

Определение темы, постановка целей. Уточнение аудитории. Составление плана работы, определение хода и содержания мероприятия. Анализ и подбор литературы. Определение формата онлайн-мероприятия (вебинар, онлайн-мастер-класс, челлендж, онлайн-акция, онлайн-флешмоб, онлайн-конкурс, виртуальная выставка и т.д.). Разработка сценария, положения, программы (в зависимости от формы онлайн-мероприятия). Определение участников. Подготовка и распределение задания, объяснение условий, правил. Решение организационных вопросов.

Коррекционный этап: Подготовка и проверка оборудования и технических средств. Съемка. Качественный монтаж. Определение времени публикации мероприятия. Создание тематических рубрик, уникальных хэштегов, чтобы пользователям было удобно искать публикации.

Основной этап: Проведение онлайн-мероприятия.



4. Контент-план

Контент-план — это график создания и размещения публикаций на определенный период времени. Публикациями могут быть статьи для блогов, посты в соцсетях, видео для YouTube, email-рассылки и другой контент. Места размещения публикаций выбирают исходя из того, где сконцентрирована целевая аудитория.

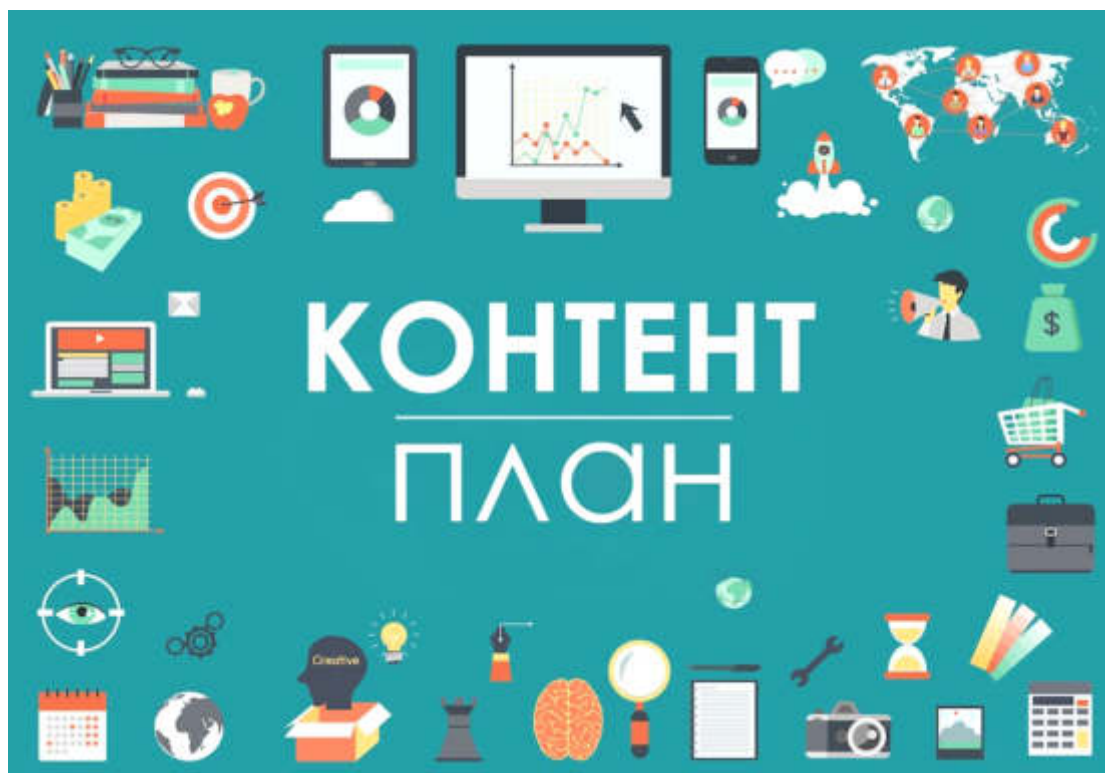
Для чего нужен контент-план?

Контент-план помогает:

- упорядочить процесс создания и публикации контента;
- обозначить цели контента, какие задачи он должен решать;
- зафиксировать интересные идеи и выбрать актуальные темы;
- определить детали контента: его вид, форма подачи, объем;
- распределить задачи между исполнителями и контролировать рабочий процесс;
- делать последовательные публикации, достигая конечной цели.

Как составить контент-план

Создайте таблицу, в которой укажите, в какие дни какие виды контента вы будете публиковать. Если у компании несколько социальных сетей, вы можете вести как одну общую таблицу, так и отдельные таблицы для каждой социальной сети. На практике вы поймёте, как вам удобнее работать.



5. Другие формы работы в онлайн

Помимо онлайн-мероприятий неотъемлемым контентом являются публикации, электронные ресурсы, виртуальные услуги (не путать с онлайн-мероприятиями!)

5.1. Идеи публикаций

Пост (публикация) (англ. post, сообщение) – отдельно взятая запись на странице или в группе библиотеки в социальных сетях.

- * А вы знали, что...
- * Викторина
- * Инфографика об истории и жизни библиотеки
- * Как правильно выбрать книгу
- * Книга, которая улучшит...
- * Книга, которая решит проблему ...
- * Книжный юмор
- * Лайфхаки
- * Ответы на часто задаваемые вопросы о библиотеке
- * Подборка книг
- * Полезные подборки: 10 приемов, 5 ошибок, хит-парад, рейтинг
- * Сравнение книги № 1 и книги № 2, далее вывод и приглашение к дискуссии в комментариях
- * Тест
- * Цитаты (не должны занимать 99 % контента)
- * Чек-лист

Рубрики публикаций:

- * Библиотечные Лайфхаки
- * Книжный юмор (видеозарисовки или презентации)
- * Рубрика день с библиотекарем
- * Серия видеосообщений о работе библиотекаря
- * И др.

5.2. Формы электронных ресурсов для размещения на сайте/странице в соцсетях

- * Анкетирование
- * Буктрейлер
- * Видеоролик
- * Викторина
- * Виртуальный обзор
- * Интерактивный плакат
- * Кроссворд
- * Медиакурсы по различным направлениям (например, цикл библиотечных уроков по истории книги – теория, презентации, видеоролики)

- * Ментальная карта
- * Онлайн-игра
- * Презентация
- * Слайдшоу
- * И др.

5.3. Услуги

*** Группы в соцсетях с рассылкой интересных и познавательных статей**

*** Обслуживание в режиме диалога / Чат-бот**

Режим диалога - консультативный. Продолжительность и содержание консультаций не могут быть регламентированы и определяются в каждом случае индивидуально. Дистанционный диалог осуществляется практически так же, как и при обслуживании в библиотечном здании. Для этого необходимо организовать обратную связь с пользователями: донести номер телефона, электронной почты, а если есть сайт, то на нем должна быть функция обратной связи. Такой вид обслуживания важен потому, что способствует персонализации контакта между библиотекарем и читателем.

*** Посты по продвижению книги и чтения**

Для создания интересных и привлекательных постов нужно учитывать несколько рекомендаций:

- текст должен дополняться иллюстрациями;
- информацию о книге дополняйте ссылкой на её полный текст;
- визуальность повышает заинтересованность в теме;
- используйте различные опросы, в которых пользователь может проголосовать, выбрав правильный ответ;
- вовлекайте в беседу, задавайте вопросы, заставляйте людей делиться прочитанным;
- исключите непроверенные цитаты;
- все посты должны быть грамотными;
- размещаемый материал должен быть полезным и уникальным.

*** Рубрики в соцсетях**

Информирование о книгах. Его цель — регулярное оповещение о выходе новых изданий, о полученных библиотекой новинках, а также об имеющейся в данной библиотеке литературе по тем темам и проблемам, которые интересуют читателей.

«Книга дня». Каждый день в этой рубрике должна появляться новая книга из новых поступлений фонда или самая востребованная читателями. Рубрику можно сделать в нескольких вариантах: отсканированная обложка с

аннотацией, либо ещё добавить ссылку на её полный текст в электронной библиотеке.

«Афиша книги». В этой рубрике размещают афиши новых и популярных книг, выполненные в виде коллажа, состоящего из аннотации на книгу, отзыва на неё, информации о писателе и портрета писателя. Следующие ориентирующие виды рубрик оказывают помощь читателю в выборе книг новых авторов или классики:

«Выбор читателя», «Классная вещь», «Писатель рекомендует», «Книжный хит: рекомендует читатель!», «Книжные рейтинги», «Книга месяца» и т.д.

*** Виртуальная справочная служба - у нас их 5! Но они не пользуются успехом. Рассказывайте читателям о наших возможностях, рекламируйте сайт, размещайте информацию о них в соцсетях. Напомню, это 5 виртуальных служб: «Задай вопрос методисту», «Задай вопрос библиографу», «Продление книг онлайн», «Комплектуем фонд вместе» и «Бронирование книг».**

*** Что переделать на сайте библиотеки для работы онлайн**

Сделайте на сайте библиотеки личный кабинет пользователя. Он будет дополнительным поводом зайти на сайт. Не просто организуйте читателю вход в личный кабинет, а дайте пользу — заказывать через него книги и отслеживать статус заказа, видеть количество книг на руках, срок возврата и возможность его продлить.

В библиотеку приходят не только по делу, но и отдохнуть. Создайте для этого комфортные условия, и читатели будут возвращаться снова и снова. И не забудьте предусмотреть кнопку «Поделиться». Пользователи с удовольствием делятся полезным контентом.

Лайфхак: выкладывайте периодику максимально быстро и везде об этом сообщайте. На сайт начнут чаще заглядывать, чтобы почитать свежую прессу.

6. Требования к проведению онлайн-мероприятий и их учёт

6.1. Требования к проведению

Начало каждого мероприятия осуществляется в соответствии с датой и временем, установленными в календарном плане таких мероприятий.

Мероприятие должно проводиться в соответствии с утвержденным положением (программой) такого мероприятия. Учреждение, организующее мероприятие, должно обеспечить соответствие основных пунктов заявленной программы мероприятия его фактическому содержанию.

При проведении мероприятия с ограниченным посещением (например, онлайн-мероприятия на платформе ZOOM ограничены по количеству одновременных подключений) учреждение должно начать регистрацию участников не позднее чем за три дня до даты проведения мероприятия. Общее число зарегистрированных участников не должно превышать число подключений.

6.2. Учёт онлайн-мероприятий

Мероприятия можно учитывать в зависимости от формата:

Трансляция спектакля, концерта или клипа. Запись видео загружают на ютуб канал или ВК. Примерно через пару недель наберется среднее количество просмотров, которое отобразится под видео. Со временем значение может вырасти, однако как правило две недели достаточно чтобы сделать аналитический срез.

Викторины. С таким форматом необходим контроль и статистика. Формат викторины можно разрабатывать под любой праздник или тему. В сторис Инстаграма размещают вопрос-ответ или фото-вопрос с вариантами ответа. Параллельно ведут статистику ответов и тех кто их присылает. Всех пользователей, кто дали ответы, учитывают, как участников онлайн-мероприятия.

Конкурсы, фестивали, флешмобы, акции. Информацию о проекте размещают на сайте и аккаунтах соцсетей учреждения. Если это фотоконкурс, то в отчетность вносят количество участников, которые прислали материал. По такому же принципу действуют с конкурсами рисунков, поделок, фестивалями и флешмобами.

Каждое учреждение вправе разработать отдельные локальные акты для учета онлайн мероприятий, например журнал, акт, положение или паспорт. Чтобы систематизировать работу в онлайн и запустить новые форматы, составить контент-план.

6.3. Учет зрителей мероприятия.

Измеримый результат проведенного мероприятия – количество просмотров мероприятия за определенную единицу времени.

Зрители мероприятия учитываются в зависимости от особенностей трансляции мероприятий:

Вариант № 1 (мероприятия, размещенные в сети Интернет в видеозаписи): учет зрителей мероприятия производится путем фиксирования количества просмотров данного мероприятия в течение 24 часов с момента его публикации в сети Интернет. В случае одновременного показа мероприятия на страницах нескольких социальных сетей зрители учитываются по каждой соцсети, а итог суммируется. В данную сумму включаются также участники и организаторы мероприятия.

Вариант № 2 (для проведения мероприятий в режиме онлайн без последующего его размещения в сети Интернет): в случае проведения интерактивного мероприятия без последующего размещения его в виде записи учитывается количество участников, непосредственно задействованных в мероприятии и зарегистрировавшихся.

Вариант № 3 (для проведения онлайн-мероприятий в режиме прямого эфира в социальных сетях с последующим размещением видеозаписи): в случае проведения интерактивного мероприятия и последующего его размещения в сети Интернет фиксируется непосредственное количество участников, посмотревших мероприятие в режиме прямого эфира, и количество просмотров за сутки с момента размещения данного мероприятия в сети Интернет.



7. Вопросы и ответы

Вопрос	Ответ
Какая тематика для онлайн может стать интересной для библиотек?	Если у вас есть какие-то занятия, можно перевести их в онлайн. Можно читать онлайн книги. Некоторые писатели по вечерам читают свои книги. Даже Президент Израиля по вечерам читает детские книжки, чтобы разгрузить родителей.
Как привлекать аудиторию на мероприятия, если раньше привлекали через школы детей?	Быть на связи с педагогами, со школами, использовать электронные средства связи с этими же людьми. И опять же – спрашивать, насколько это нужно.
Что порекомендуете для работы с социальными партнёрами?	Сотрудничество с социальными партнёрами в обе стороны: возможен лекционный формат, например беседы об искусстве: композиторах, тематические книги по прикладному творчеству и т.п.
Кто может помочь в подготовке и проведении онлайн-мероприятия?	Родственники, друзья, коллеги из вашего филиала и из других филиалов, участники лит.объединения или литературного или театрального кружка, известные в вашем городе личности, специалисты узкого профиля (медики, представители правоохранительных органов, психологи и т.п.).
Что важнее качество или количество?	Конечно качество. Чем интереснее будет подготовлено ваше онлайн-мероприятие, тем большее количество читателей захочет поделиться им с друзьями, родственниками и коллегами, что автоматически приведёт в ваши группы новых подписчиков и читателей в ваши библиотеки.

Заключение

Современный мир меняется стремительно, меняются с ним и современные библиотеки. И то, что еще в 2019 году казалось далеким будущим, с 2020 года стало нашей действительностью, реорганизующей привычный формат библиотечной работы. Возникают новые технологии, новые потребности. Быстро меняющийся мир ставит перед нами задачи, которые уже нельзя решить привычными методами и используя старые проверенные формы работы. Нужно идти в ногу со временем и быть конкурентноспособными учреждениями наравне с другими.

И помните, вся наша работа, как офлайн так и онлайн нацелена на одну главную задачу – привитие любви к чтению, книге, знаниям!