МКУК «Межпоселенческая

централизованная библиотечная система

Никольского муниципального района»

Центральная районная библиотека

им. Г. Н. Потанина

Методический отдел

**Дистанционное библиотечное обслуживание:**

**сущность и реализация в современных условиях**

*Методические рекомендации*

Никольск

2020

Библиотечно-библиографическое обслуживание читателей мы обычно связываем с работой читателей в библиотеке (с её фондом, каталогами и др.)

рассматривая при этом библиотеку как единое технологическое и физическое

пространство. Интернет создал возможности для дистанционного, т.е. внешнего библиотечного обслуживания и формирования эффекта присутствия. Поэтому сегодня библиотеку можно назвать дистанционной обслуживающей системой.

Физические параметры здания перестали иметь какое-либо значение, поскольку для удалённого читателя не важны внутренняя архитектура библиотеки, её расположение, сетевой статус. Используя для работы компьютер, читатель набирает адрес библиотеки, и при этом его интересуют только скорость, полнота получения информации, качество обслуживания, возможность диалога с библиотекарем по электронной почте или скайпу.

Существуют разные приоритеты при пользовании библиотекой как физическим пространством и как удалённым пространством. Каждый вид обслуживания обладает специфическими особенностями, требующими детального анализа.

К позитивным моментам дистанционного представления библиотечных услуг относятся: ликвидация библиотечной периферии, создание локальных библиотечных компьютерных сетей, формирование разовых библиотечных сетей для решения конкретных поисковых задач, упразднение иерархических связей между библиотеками разных уровней и др. Есть все предпосылки рассматривать дистанционное обслуживание как новую перспективную библиотечную технологию.

**Варианты дистанционного обслуживания**

Обслуживание по программе скайп.

Обслуживаться по скайпу читатель может дома, на рабочем месте либо в ближайшей к его дому библиотеке. Область преимущественного использования общения по скайпу – установление контакта пользователя и библиотеки, сообщение читательской потребности, её уточнение и формулирование запроса. Такой вид обслуживания важен потому, что способствует персонализации контакта между библиотекарем и читателем – исчезает обезличивание общения, поскольку проявляются индивидуальный интеллект и эмоциональный статус человека.

Принципиально новое в таком обслуживании – пользователь может выбрать

библиотеку, наиболее соответствующую его потребностям. И здесь важно не

вводить каких-либо административных ограничений, регламентирующих этот выбор. В основу дистанционного библиотечного обслуживания должны быть положены демократические принципы функционирования Интернета. Читатель также свободен и в выборе аппаратной системы обслуживания.

В то же время общение по скайпу при поиске информации не всегда необходимо. В ряде случаев наиболее целесообразно обслуживание по электронной почте.

И скайп, и электронную почту следует использовать для обслуживания в комплексе как взаимодополняющие.

Обслуживание в режиме диалога.

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. В этой, как и во всех других формах

дистанционного обслуживания, определяющими являются не сетевые или другие субординационные критерии взаимодействия читателя и библиотеки, а факторы экономической и информационной целесообразности.

Находясь в библиотеке, читатель не имеет возможности быстро поменять консультанта, если консультация его почему-либо не удовлетворила.

Невозможно быстро оказаться в другой библиотеке или перейти от одного библиографа к другому, а вот изменить адрес скайпа и виртуально связаться с любой библиотекой или с любым библиографом не составляет никакого труда.

Правда, при этом возникает "непорядок": нарушаются субординация, территориальные каноны или принятый в библиотеке порядок обслуживания,

не предусматривающий смену консультанта. Но этот "непорядок" тем и хорош, что он расширяет возможности читателя, способствует конкуренции, позволяет выявить наиболее способных и ответственных библиотечных работников или библиотеку.

**Информационное обслуживание удалённых пользователей**

Все этапы библиотечного обслуживания претерпевают определённые изменения, прослеживается и необходимость трансформации традиционного справочно-библиографического и информационного обслуживания, что способствует возникновению в библиотеках новых видов услуг, позволяющих обеспечить доступ к информации для удалённых пользователей.

С помощью интернета можно выполнять все виды справок: адресные, тематические, уточняющие и фактографические. Для этого к услугам библиотекарей локальные и он-лайновые электронные каталоги библиотек (OPAC), масса существующих в Интернете словарей, справочников и энциклопедий, самая оперативная информация о вышедших в печать книгах, фильмах и музыкальных альбомах в интернет-магазинах, он-лайновые страницы газет и журналов, новостные ленты и т. д.

Индивидуальное и групповое информирование пользователей библиотек также становится более оперативным, т.к. списки литературы высылаются абонентам по электронной почте.

Сегодня большинство людей хотят получать информацию современным способом. Привычных источников информации в нужный момент может не оказаться под рукой, а телефон рядом. Использование мобильных телефонов расширяет традиционное библиотечное пространство и спектр традиционных библиотечных услуг. Предоставление информационных услуг владельцам мобильных телефонов, с помощью передачи текстовых сообщений, позволяет обеспечить им получение необходимой информации в нужный момент и практически в любом месте, так как телефон всегда под рукой.

Более доступны для пользователей библиотек стали правовые ресурсы, благодаря тому, что основные справочно-правовые системы («КонсультантПлюс», «Гарант» и «Кодекс») предоставляют свои ресурсы библиотекам бесплатно, и оперативно (раз в неделю) их обновляют. Если же библиотека осталась без справочно-правовых систем, то выручит Интернет, в котором все они присутствуют.

Российской библиотечной ассоциацией (РБА) принята комплексная модель информационного обслуживания, которая включает в себя, помимо справочно-библиографического обслуживания:

* организацию онлайнового доступа к внешним базам данных;
* виртуальное справочное обслуживание удаленных пользователей;
* электронную доставку документов.

Виртуальное справочное обслуживание удалённых пользователей – на сегодняшний день одна из самых быстро развивающихся услуг в библиотеках. Виртуальная справочная служба (или и «Виртуальная справка», «Библиограф on-line», «Интернет-справка», «Оn-line справка», служба «Спроси библиографа» и др.) – это не просто сетевая справочная служба, а органическая часть работы реальной библиотеки по справочно-информационному обслуживанию пользователей.

Какие у неё отличия от традиционных услуг? Во-первых, пользователь может получить готовую информацию по интересующей теме, не посещая библиотеку в виде ссылок на имеющиеся в сети ресурсы или в виде печатных библиографических списков и фактографических данных. Во-вторых, виртуальной услугой можно воспользоваться в любое время суток, находясь в любой удалённой точке.

Основная цель виртуальной справочной службы – создание стабильно функционирующей онлайновой справочно-библиографической службы, выполняющей запросы пользователей независимо от того, являются ли они читателями библиотеки или нет, в режиме удаленного доступа. Среди ценностей целесообразно отметить следующие: расширение возможностей традиционного СБО за счет использования интернет-технологий; количественное увеличение пользователей библиотеки и предоставление возможности удаленным читателям оперативно пользоваться услугами высококвалифицированных библиографов; пропаганда фондов и коллекций библиотеки и др.

Еще одно направление деятельности библиотек в современных условиях это – электронная доставка документов, которая является гибридом межбиблиотечного абонемента и библиографической службы.

Межбиблиотечный абонемент и доставка документов входит в число важнейших средств функционирования информационного пространства и обеспечения всеобщей доступности информации, являясь системой обслуживания пользователей, предоставляющей равные возможности в использовании информационных ресурсов для всех читателей независимо от места жительства, профессиональной и социальной принадлежности.

В то же время – это одна из наиболее развитых и апробированных форм социального партнерства, основанная на принципе взаимоиспользования ресурсов библиотек и органов информации.

Следует отметить, что это такой вид обслуживания пользователей, который постоянно на всем пути своего развития и трансформации был на границе между двумя находящимися в противоречии функциями библиотек: обеспечением сохранности, с одной стороны, и всеобщей доступности – с другой. Это значительно ограничивало возможности обслуживания удаленных пользователей. Только в последние годы, в период активного развития электронных ресурсов и создания крупных электронных коллекций, библиотеки близко подошли к возможности разрешения этого противоречия. Теперь вопросы доступности и сохранности все более часто решаются в едином блоке.

Развитие новых форм обслуживания удаленных пользователей и внедрение современных технологий ведет к изменению терминологии. Наиболее распространенные сейчас термины «МБА» и «Доставка документов» (ДД) часто путают. МБА – предоставление документов, подлежащих возврату. Доставка документов – предоставление копий, то есть материалов, не подлежащих возврату. Все чаще встречается термин «электронная доставка документов» (ЭДД), означающий предоставление в электронной форме не подлежащих возврату копий, большей частью статей и фрагментов изданий, по электронным каналам связи.

Английские библиотекари, являющиеся «законодателями моды» в области МБА, в последние годы все чаще употребляют термин (удаленная доставка документов», предложенный М. Лайном в 2003 году. Отметив, что термины «МБА» и «доставка документов» в настоящее время утратили свое первоначальное значение и потому неверны, он предложил принять в качестве стандарта для всего библиотечного и информационного мира термин «удаленная доставка документов». По его мнению, это точный и краткий термин, охватывающий все виды доставки: коммерческую и некоммерческую; материалов, подлежащих и не подлежащих возврату; на бумажных и электронных носителях; доставку организациям и отдельным лицам.

Организация электронных каталогов и получение доступа к Интернету явились предпосылкой для модернизации межбиблиотечного абонемента и его оптимизации с помощью автоматизированной и электронной доставки документов. Пользователю предоставляется возможность самостоятельно осуществить поиск в режиме онлайн по электронным каталогам и открытым базам данных и, в зависимости от его статуса (абонент МБА или индивидуальный пользователь), заказать оригинал или копию первоисточника в удобном для него виде. Использование автоматизированных технологий позволяет значительно облегчить работу библиотекаря и сократить время выполнения заказов пользователей.

Что касается онлайнового доступа к внешним базам данных, то хотелось бы обратить внимание на то, что интернет можно условно разделить на «поверхностный веб» и «глубокий веб» или «глубокую паутину».

В поверхностном Интернете активно работают поисковые машины, но многие лучшие цифровые ресурсы не могут быть получены через них, т.к. они не числятся среди тех источников, которые индексируют поисковые машины.

«Глубокая паутина» – это коллекция цифровых богатств, за использование которых нужно либо платить деньги, либо просто знать, что они есть. Поэтому в настоящее время библиотекарь как информационный специалист должен владеть не только методами традиционного поиска в Интернет, но и ориентироваться в подписных, платных и других базах данных, до которых не добраться обычными способами. Примерами могут служить краеведческие ресурсы библиотек, он-лайновые базы данных, электронные библиотеки, и др. ресурсы, самые известные среди которых это полнотекстовые базы данных, которые распространяются по подписке, в частности «Электронная библиотека диссертаций РГБ», «Электронная коллекция авторефератов РНБ» и др.

Создание собственного веб-сайта значительно расширяет информационные и поисковые возможности библиотеки и предоставление на их основе виртуальных услуг многочисленным категориям населения.

Сайты библиотечно-информационных учреждений – интерактивное информирование пользователей, которое позволяет постоянно пополнять (без ограничения) и обновлять информационный материал. На сайте учреждения располагаются различные сведения с использованием информационных технологий (пресс-клипинги, подборки, обзоры, виртуальные выставки и др.). Для поддержания сайта в рабочем состоянии очень важно постоянное, оперативное пополнение материалов, удобный, быстрый поиск, предоставление пользователям полной информации об услугах, продуктах, интересный высококачественный дизайн.

На своих сайтах многие библиотеки выставляют подготовленные ими информационные продукты, а также пытаются организовать информационно-справочное обслуживание читателей. Практически у всех библиотек, имеющих свои сайты, есть электронные каталоги, которые доступны как из локальной, так и глобальной сети. Также генерируют дополнительные базы данных (аналитические базы статей, базы авторефератов и т.д.).

С сайтов отдельных библиотек возможен поиск через корпоративные сводные каталоги, что существенно расширяет границы поиска для читателей. Пользуясь услугами МБА и ЭДД, читатели могут познакомиться с источниками, находящимися в других библиотеках.

Традиционно большинство библиотек выставляет на сайт списки новых поступлений, библиографические указатели, выставляют в помощь читателям коллекции полезных и интересных интернет-ссылок. Читатель, выйдя на библиотечный сайт, имеет доступ через эти ссылки к еще большему количеству информации.

На сайтах отечественных библиотек присутствуют ссылки на домашние странички крупнейших зарубежных и российских библиотек, на крупные образовательные порталы, на полнотекстовые тематические библиотеки, указаны адреса универсальных поисковых систем, ссылки на словари и справочники и т.д.

В целом же обслуживание пользователей в электронной среде ускоряет поиск и получение первоисточников, позволяет удовлетворять запросы в условиях снижения объемов комплектования фондов.

Консультационное и справочное обслуживание, информирование о новых документах по теме или об актуальных проблемах, сведения о рекламе становятся доступными без посещения библиотеки; даже участвовать в библиотечной конференции, вечере и т.п. можно, не посещая библиотеки, через каналы связи.

Принципиальное отличие обслуживания, использующего новые информационные технологии, от традиционного в том, что пользователю становятся доступными мировые ресурсы (а не одной библиотеки или некоторой сети библиотек).

Второе отличие в том, что традиционное обслуживание предполагает приход пользователя в библиотеку, а новое само приходит к пользователю (в дом, на службу и т. п.), т.е. создает не массовые или групповые, а индивидуальные условия потребления информации.

Третье существенное отличие в том, что, традиционное обслуживание ориентирует пользователя, главным образом, в документах, а новое – также и в текстах (раскрывая их, предоставляя концептографическую, конъюнктурную информацию и т. п.). Это то, о чем всегда мечтали люди – иметь под рукою в любое время любую нужную информацию.

Получает развитие еще одна тенденция библиотечного обслуживания – оно все более становится самообслуживанием, ведь пользователь, работая на компьютере, сам продумывает стратегию поиска, входит в информационные сети, в том числе библиотечные, сам уточняет свой запрос, используя разноуровневые программные меню, мысленно «составляет» поисковое предписание, осуществляет поиск по разным признакам (библиографическим элементам, ключевым словам, индексам), идентифицирует свой запрос и те данные или документы, которые предоставляет информационная система, определяет релевантность, т.е. соответствие выдачи запросу, группирует полученные данные, документы.

Таким образом, новые формы информационного обслуживания дают возможность пользователям, независимо от возраста, уровня образования и места проживания, быстро и доступно получить полноценное индивидуальное обслуживание. При этом библиотека открывает свои возможности, свои ресурсы, знания своих специалистов для сетевых пользователей, расширяя сферу своего информационного влияния.

**Работа библиотек в онлайн-режиме**

Формы онлайн-мероприятий:

Онлайн-встреча с писателем,

Онлайн-встреча с интересным человеком,

Видеосообщение,

Вебинар,

Обзор книг,

Виртуальная экскурсия,

Виртуальное путешествие,

Громкие чтения,

Чтение сказки под музыку,

Театрализованное чтение,

Мастер-класс,

Лекторий (может быть использован для библиотечного урока),

Челлендж (когда несколько библиотек и читатели/блогеры снимают видео или публикуют фотографии на определенную тему с хештегом челленджа),

Серия видеосообщений о работе библиотекаря.

Идеи публикаций:

Подборка книг,

Викторина,

Ответы на часто задаваемые вопросы о библиотеке,

Цитаты (не должны занимать 99 % контента),

Книга, которая улучшит…,

Книга, которая решит проблему …,

Инфографика об истории и жизни библиотеки,

Книжный юмор,

Полезные подборки: 10 приемов, 5 ошибок, хит-парад, рейтинг,

Чек-лист,

Лайфхаки,

Тест,

А вы знали, что…,

Сравнение книги № 1 и книги № 2, далее вывод и приглашение к дискуссии в комментариях,

Как правильно выбрать книгу по …,

Подборка полезных ресурсов в интернете,

Цитата.

Рекомендуемые хэштеги:

#библиотекиНикольска

#читающийНикольск

#названиебиблиотеки

#названиебиблиотеки #библиотекиНикольска

#книгивНикольске

#ялюблючитать

#литературныйНикольск

#Никольск #книги

Формы электронных ресурсов для размещения на сайте/странице в соцсетях:

Видеоролик,

Буктрейлер,

Виртуальная выставка,

Презентация,

Слайдшоу,

Интерактивная викторина,

Онлайн-игра,

Онлайн-анкетирование,

Медиакурсы по различным направлениям (например, цикл библиотечных уроков по истории книги – теория, презентации, видеоролики).

КАК СОЗДАТЬ ВИДЕОРОЛИК

(на примере программы Windows Movie Maker)

1. Написать сценарий будущего видеоролика.

2. Скачать видеозаписи. Пример: скачать видеозаписи из Youtube: на странице с выбранным видео в адресной строке между «you» и «tube» пишем «magic» (без пробелов, тире) и нажимаем «Enter». На открывшейся странице нажимаем «Download» начинаем скачивать. Второй вариант: между «you» и «tube» написать  «ss» (без пробелов, тире)  и также нажать «Enter».

3. В программе Windows Movie Maker используются форматы видео avi, аудио – mp3. Соответственно, если скачанные файлы не поддерживаются, их необходимо конвертировать, т.е. перевести в нужный формат. Для этого в интернете набираем в поиске «Online-Converter»  и заходим в Online-Converter.  Выбираем нужный формат, начинаем загрузку и преобразование файла и сохраняем его на компьютер. Более поздние версии программы поддерживают любые форматы.

4. Чтобы добавить видео для монтажа, нажимаем «Импорт» в поле «Операции» в левом верхнем углу. Далее перетаскиваем его на шкалу времени видео в нижнюю панель. Справа будет отображаться фильм и значок обрезать, – два прямоугольника, разделенные пунктиром, а на шкале времени мы сможем его обрезать. Для этого двигаем начало и конец фрагментов фильма  и обрезаем ненужное, нажимая  «Удалить» правой кнопкой мышки.

5. Чтобы заглушить звуковую дорожку фильма, нажимаем на плюс возле надписи «Видео» видеодорожки фильма, и на нужном нам фрагменте кликая правой кнопкой мышки, выбирая из списка «Выключить».

6. Чтобы создать титры, нажимаем в поле «Операции» в левой верхней колонке «Создание названий и титров» – «Выбрать титр», печатаем текст, меняем  шрифт, анимацию. Чтобы добавить титр перед определенным слайдом, нажимаем «Добавить название на выбранном клипе на шкале времени».

7. Чтобы создать переходы и эффекты, нажимаем «Отображение раскадровки», далее в поле «Операции» в левой верхней колонке выбираем  «Монтаж фильма» – «Просмотр видеопереходов» и выбираем понравившийся переход. Затем перетаскиваем выбранный переход в приготовленное место между нужными частями фильма. Для создания эффекта на частях фильма или изображениях, изменяем шкалу времени на раскадровку, нажимаем «Отображение раскадровки». Кликаем на «Просмотр видеоэффектов» в поле «Монтаж фильма», выбираем нужный и перетаскиваем его на выбранный эпизод фильма или  изображение.

8. Для добавления музыки, добавляем аудиофайл, перетаскиваем файл с музыкой на звуковую дорожку. Если в каком-то фрагменте фильма не заглушена изначальная аудиозапись, она сохранится вместе с общей для всего ролика.

9. Чтобы сделать начало и конец фильма, нажимаем «Отображение шкалы времени», выбираем видеоэффект «Появление из черного».

10. Сохраняем на компьютере в высоком качестве нажимая «Сохранить как». Обратите внимание, что во время монтажа фильма, при его воспроизведении будет низкое качество. После сохранения этот дефект будет устранен.

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.

ИНСТРУКЦИЯ ПО СОЗДАНИЮ ВИРТУАЛЬНОЙ КНИЖНОЙ ВЫСТАВКИ

1. Разработка модели электронной книжной выставки: выбор темы, отбор документов, информационных, иллюстративных, аудио- и видеоматериалов, составление схемы выставки (на листе бумаги можно нарисовать макет).

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.

В самом общем виде выставку можно оформить в презентации MS Power Point, а затем сохранить как отдельные картинки каждый слайд. После – вставить картинки в видеоролик и разместить готовое видео на сайте или в социальных сетях.

*Выставка в программе MS Power Point с использованием гиперссылок*

На первом слайде  размещается тематическая картинка, название выставки, а также элементы управления – кнопки перехода (т.е. книги, о которых будет подробно рассказано на соответствующем слайде), нажимая на которые, пользователь переходит на слайд с подборкой изданий по ней.

Далее создаются отдельные слайды для каждой книги (темы), указанной на первом слайде. Например: Слайд 1 – «Творчество современных фантастов: Сергей Тармашев, Сергей Лукьяненко, Мария Семенова». Слайд 2 – «Издания Сергея Тармашева». Слайд 3 – «Издания Сергея Лукьяненко». Слайд 4 «Издания Марии Семеновой».

Оформляем гиперссылки – кнопки перехода. Первая  кнопка перехода – надпись «Сергей Тармашев» на Слайде 1.   Выделяем текстовый блок «Сергей Тармашев». Вверху, в панели управления, нажимаем «Вставка», выделяем «Гиперссылка». Выбираем «Связать с», далее нажимаем на «Место в документе» и выбираем из списка справа «Слайд №2» – «Издания Сергея Тармашева». Затем, для того, чтобы вернуться к началу выставки и выбрать следующую книгу (тему) для просмотра, создаем гиперссылку на Слайд 1 по следующей схеме: выделяем фото (либо текстовый фрагмент), на который в процессе показа презентации будем кликать мышкой, чтобы вернуться к началу выставки. Далее щелкаем правой кнопкой мыши и выбираем «Гиперссылка» – «Связать с» – «Место в документе» – «Слайд 1». Снова возвращаемся на Слайд 1 и повторяем с оставшимися названиями – «Сергей Лукьяненко», «Мария Семенова» те же действия.

Затем добавляем дизайн, анимацию (по желанию), настраиваем время показа: «Показ слайдов» – «Настройка времени» и выбираем продолжительность показа каждого слайда. Нажимаем  клавишу F5 и включаем режим просмотра.

При добавлении презентации на страницу в социальных сетях, необходимо написать правила просмотра  выставки, а при ее использовании на мероприятии демонстрировать  ее в форме интерактивной игры.

*Создание виртуальной книжной выставки в онлайн-сервисе Thinglink*

Заходим на сайт  thinglink.com, нажимаем «Get started».

В открывшемся окне выбираем «Free» – бесплатную версию, и нажимаем «Start».

Регистрируем библиотеку: вносим свои данные, имя, e-mail, пароль. Если есть аккаунт библиотеки в  Google, Facebook или Twitter, можно зайти через них.

Нажимаем «Create», далее «Upload images» – «Choose images» и выбираем нужную картинку для выставки на своем компьютере – «Открыть». На появившейся странице с выбранной нами картинкой начинаем создавать виртуальную выставку. Нажимаем левой клавишей мыши по книгам и добавляем в поле слева аннотации, описания изданий и другие сопроводительные материалы:

После того, как ко всем книгам будут составлены сопроводительные надписи, сохраняем выставку. Для этого нажимаем «Save image». Чтобы разместить ее в блоге, нажимаем «Поделиться» и копируем html-код для вставки в блог. Заходим на страницу блога и вставляем код в сообщение/страницу. Если выставка получилась больше по размерам, чем нужно, в скопированном коде смотрим какие заданы значения и меняем их, например, с 1000 меняем на 490. Если нет блога, ссылку на выставку вставляем в сообщение на странице в социальной сети.

МАСТЕРСТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ

Цель презентации – донести до аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация предполагает постановку какой-либо проблемы и представление готовых путей ее решения.

Функции слайдов: напомнить выступающему, о чем следует говорить дальше; впечатлить, объяснить сложные процессы и убедить с помощью статистики, сравнения.

*Порядок работы над презентацией:*

1.  Перед началом работы над слайдами, необходимо собрать информацию из текста выступления: факты, цифры, основные тезисы

2. Выделить основную мысль (тему). Сужайте ее до тех пор, пока презентацию нельзя будет изложить в 10 коротких пунктах. Хорошим помощником при планировании презентации и других творческих проектов, по мнению специалистов, является ментальная карта – техника визуализации мышления в виде [древовидной схемы](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D1%80%D0%B5%D0%B2%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B0), в центре которой центральное понятие или идея, от которой отходят связанные с ней «ветви» из основных тезисов, понятий. У слайдов должна быть иерархия, выстроить которые  помогает визуализация.

3.  Выделите цель презентации. Она должна отвечать на вопрос: «Что я хочу изменить в поведении слушателей?». Чтобы выделить конкретную и измеримую цель, можно воспользоваться техникой «мозгового штурма» (брейнсторминга), когда все идеи не отвергаются и не подвергаются критике. Возможные варианты ответа записываются, после чего подвергаются анализу. Задача – написать как можно больше целей.

4.  Продумать сценарий, как вы придете к изменениям в поведении слушателей, т. е. поставленной цели. Структура презентации выглядит следующим образом: завязка, кульминация и финал. Слушатели должны ощущать динамику и развитие, быть полноправными участниками развития мысли. Первые слайды вводят в тему. Зритель должен понять, о чем пойдет речь. Следующие слайды призваны заинтриговать, создать мотивацию, объяснить пользу от презентации или создать напряжение. Далее размещаем тезис, основной мотив презентации, что вы хотите рассказать или чему хотите научить. Затем антитезис (по желанию и необходимости), показывающий обратную сторону медали. Заключение должно содержать краткое резюме или вывод. После Вашего выступления человек должен понимать, что он должен сделать прямо сейчас: начать читать предложенную книгу, интересоваться биографией автора, искать информацию в интернете, участвовать в конкурсе. По времени самые короткие части – вступление и заключение.

5.  Оформить презентацию в Power Point или в онлайн-сервисе.

*Ошибки:*

1.  «Простыня» текста, которую ведущий зачитывает аудитории.

2.   Обилие рисунков, анимации, спецэффектов, никак не связанных с содержанием презентации, размещенные «для красоты».

3.   Отсутствие единообразия: разные шрифты, заголовки, расположение текста, дизайны.

4.    Монотонность: все слайды одинаковые, меняется только текст и картинка.

5.    Обилие графиков, схем, стрелок, списков. Чаще всего их трудно понять, а ведущий тратит большую часть времени выступления на их объяснение.

6.  Ведущий зачитывает текст презентации аудитории.

*Правила презентации:*

1.  Презентация должна иллюстрировать мысль, а не заменять ее.

2.  Слайд – не листок для заметок, не шпаргалка, не дубликат текста выступления ведущего и не раздаточный материал. В презентации в краткой и емкой форме раскрывается основная мысль (не более 5-6 строк). Это своеобразное наглядное пособие.

3.  Текста не должно быть слишком много. Текст должен быть максимально лаконичным, концентрировать основную мысль. Выравнивание по ширине делает его нечитабельным. Следовать единообразию, установленному перед началом работы, например, начинать текст с прописной буквы, не ставить точку после тезиса. Необходимо помнить и о типографских нормах, чтобы презентация выглядела аккуратно.

4.  Придерживаться выбранного размера и типа  шрифта: для основного текста, заголовка, пояснительного текста. Рекомендуется использовать не более трех шрифтов. Используйте простой шрифт без засечек, например,  без теней, объемных букв, обводок, эффектов. Шрифт должен быть контрастным и читабельным с разного расстояния: темные буквы на светлом фоне или наоборот. Существуют онлайн-сервисы для проверки контрастности, например, bl2.ru.

5.  Чередуйте слайды. Если презентация состоит из примерно одинаковых слайдов, с одинаковыми длиной и видом текста, она будет скучной. Чередуйте текстовые слайды и сайды с изображениями. Лучше сделать 3-4 заготовки и копировать их, меняя текст и фотографии. Другая ошибка – множество ярких креативных слайдов, которые утомляют и не фиксируют внимание аудитории.

6.  Заголовок должен быть большим и отчетливо видным. В идеале аудитория должна суметь получить представление о презентации на основе прочтения заголовков.

7.  Списки не всегда уместны. Рекомендуется каждой ключевой идее посвятить отдельный слайд. При этом от причин двигаться к фактам, чтобы управлять вниманием аудитории. Лучше запоминается то, к чему слушатели пришли сами.

8.  Блок-схемы, графики, многоуровневые конструкции визуально сложны для восприятия.  Факты и цифры не будут скучными, если добавить инфографику. Слайды не предназначены для анализа. Присутствующие должны быть готовы понять смысл слайда за несколько секунд.

9.   При использовании визуальных элементов, следует соблюдать баланс. Не должно быть картинок для привлечения внимания, не связанных с содержанием презентации. Правильно подобранное изображение углубляет понимание материала. При добавлении картинок из интернета следует обратить внимание на тип лицензии, чтобы избежать проблем с авторским правом. Можно скачать иллюстрации из фотостоков, но осторожно, иначе презентация будет содержать используемые всеми пользователями Интернета изображения.

10.  Используйте анимацию там, где она действительно нужна, связана с содержанием презентации. Например, поступательное появление используется тогда, когда описываются этапы процесса. В остальных случаях презентация не будет выглядеть современно.

11. Фон презентации должен быть нейтральным. Не следует менять цветовую гамму от слайда к слайду.

12. Наиболее существенную часть следует поместить в центр экрана. Следовать «правилу третей». Разделите слайд на трети вдоль и поперек. Значимые объекты располагаются на пересечениях, как правило,  это заголовки и иллюстрации.

13.  Помните о  времени показа слайда – 1 слайд в минуту. Если за это время текст невозможно прочитать, следует сократить.

14.  Фотографии не должны заменять содержание. Если иллюстрируется отчет с мероприятия, книжная выставка, все изображения нужно подписать.

15.  Откажитесь от готовых шаблонов. Есть бесплатные онлайн-сервисы, которые помогут создать дизайн, а также шаблоны презентации для Power Point.

16.  Использовать не более 5 цветов на всю презентацию, даже если презентация адресована детям. На одном слайде – не более 2-3 цветов с учетом основного цвета фона. Не использовать грязные и тусклые цвета.

17.   Интервалы между абзацами должны быть чуть больше, чем интервалы между строками.

БУКТРЕЙЛЕРЫ

Буктрейлеры (короткие видеоролики не более 3 минут) – вариант рассказа в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Цель таких роликов – реклама книг и пропаганда чтения, привлечение внимания к книгам при помощи визуальных средств, характерных для трейлеров к кинофильмам.

Классификация

По способу визуального воплощения текста:

* игровые (мини фильм по книге);
* неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, тематическими рисунками, фотографиями и т. п.)
* анимационные (мультфильм по книге).

По содержанию:

* повествовательные (презентующие основу сюжета произведения);
* атмосферные (передающие основные настроения книги и ожидаемые читательские эмоции);
* концептуальные (транслирующие ключевые идеи и общую смысловую направленность текста).

Этапы создания:

1. Выбрать книгу.

2. Посмотреть примеры буктрейлеров.

3. Написать раскадровку к ролику. Найти иллюстрации, видеоматериал.

Вынести в заголовок трейлера основную идею книги.

4. Записать аудиоматериал.

5. Объединить имеющиеся аудиоматериалы в ролик.

6. Просмотреть получившийся буктрейлер.

7. Разместить буктрейлер в сети Интернет.

Источник: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Буктрейлер](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%83%D0%BA%D1%82%D1%80%D0%B5%D0%B9%D0%BB%D0%B5%D1%80)

ВИДЕО-МАСТЕР-КЛАССЫ

Сейчас, даже маленькие дети снимают различные видео и размещают их в соцсетях. В Интернете множество онлайн-курсов от кулинарных до занятий фитнесом. Почему бы и библиотекам не начать создавать такие курсы? К примеру, если библиотекарь ведёт кружок «Кукольный театр», то можно снять видео, как надо правильно надевать куклу на руку, как ею управлять, как она должна появляться\уходить, двигаться, брать предметы и т.д.

Можно на видео записать, как в библиотеке проводятся опыты по книгам, к примеру, по книге «Большая книга экспериментов», в которой описано более 200 интереснейших и безопасных экспериментов, которые ребенок может провести самостоятельно. Описание опытов наглядно проиллюстрировано.

Если при библиотеке работает клуб для людей пожилого возраста, то можно для них размещать различные видео, к примеру, гимнастика для мозга, развития памяти, для глаз, точечный массаж и т.п.

Мастер-класс «С добрым утром, малыши!»

Для мастер-класса нужны куклы главных героев телепередачи «Спокойной ночи, малыши!» — это пёс Филя, зайка Степашка, поросёнок Хрюша, ворона Каркуша. Сценарии кукольного спектакля утренней «телепередачи» можно написать по детским книжкам или придумать самим, сюжет может состоять из поучительной истории на морально-воспитательную тему. Библиотекарь –ведущий передачи, он объясняет, что нужно делать и как надо себя вести в той или иной ситуации. В конце передачи показать мультфильм, снятый по произведениям детской литературы (дать ссылку).

Прекрасная подборка

мультфильмов: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Категория:Мультфильмы\_по\_литературным\_произведениям\_по\_авторам](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%3A%D0%9C%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D1%84%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BC%D1%8B_%D0%BF%D0%BE_%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B0%D1%82%D1%83%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%BC_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B8%D0%B7%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F%D0%BC_%D0%BF%D0%BE_%D0%B0%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BC) .

СЕТЕВЫЕ АКЦИИ, КОНКУРСЫ

К примеру, можно провести сетевые акции или конкурсы на следующие темы:

* «Пойман за чтением», «Мама, почитай!», «Читают все: и ребята, и зверята!» –  конкурс фотографий. Попросить пользователей прислать фотографии, как они проводят свой досуг с книгой.
* «Домашний спектакль» – семье показать видео-отрывок из какого-нибудь произведения или сказку.
* «Мой рейтинг книг» – написать 10 лучших книг, которые читатель рекомендует для прочтения другим.
* «Я люблю тебя!» – конкурс на лучшее признание книге.
* «Голоса любимых книг» – озвучить книгу, читая текст, используя различные шумы, звуки.
* «Книга в моей жизни» – конкурс на лучшее сочинение.
* «Книжный совет» – посоветуй книгу – выиграй приз!
* «На лучший библиотечный слоган» – придумать слоган, девиз, призыв в пользу чтения, книги, библиотеки.
* «Актёрское мастерство» – изобразить книжного героя с помощью мимики и жестов.
* «Книжный натюрморт» – нарисовать или составить композицию с книгой.
* «Читаем сказку» – конкурс на лучшего чтеца сказок.
* «Литературная премия читателя» – читатели присуждают свою премию полюбившим прочитанным произведениям.

Смотрите также «Организация конкурсов в библиотеке», где можно подчерпнуть другие, не менее интересные идеи для конкурсов: <http://blogslava.ru/?p=4521>

ОПРОСЫ, ОНЛАЙН ТЕСТЫ И ВИКТОРИНЫ

Сервис Playbuzz является замечательным универсальным бесплатным инструментом для создания коротких презентаций, оригинальных видеороликов, опросов, онлайн тестов и викторин. Это оригинальная онлайн-платформа, которая может во многом пригодиться библиотекарям, имеющим свои сайты для размещения интерактивного контента.

Квизы  – небольшие викторины

В последнее время активно набирают популярность квизы  – небольшие викторины. Они вовлекают пользователя в игру. Суть – пользователь проходит простой тест. Результат высвечивается сразу или присылается на почту, а после получения его можно опубликовывать в социальных сетях.

Пользователю должно быть интересно, он не должен устать – оптимальным будет 7−15 вопросов на квиз, не больше.

Создать простую викторину, в которой пользователю необходимо выбрать правильный ответ, можно бесплатно в сервисе Playbuzz.

Как работать в сервисе Playbuzz подробно описано

здесь: <https://www.booksite.ru/forum/knigi/playbuzz.pdf> .

Опросы, тестирование

Опросы, тестирование можно проводить в социальных сетях.

«Блиц-опрос» – задавать вопросы можно как по одной книге, так и по произведениям одного автора.

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

На шекспировский вопрос «Быть или не быть» дистанционному обслуживанию пользователей?» библиотеки ответили положительно и сегодня решают следующую задачу – каким ему быть.

Сегодня только библиотеки могут предложить сочетание многообразных документных, библиографических, культурно-просветительских и других менее значимых услуг. При этом очень важно, чтобы все эти услуги активнее предоставлялись в рамках дистанционного обслуживания пользователей.

Материал подготовила Большакова И.С., заведующий методическим отделом ЦРБ им. Г. Н. Потанина

Использованы ресурсы:

1.Амлинский Л.З. Дистанционное библиотечно-информационное обслуживание: каким ему быть? [Электронный ресурс] // Режим доступа:

[http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2012/11/ntb\_11\_2\_2012-амлинский.pdf](http://www.gpntb.ru/ntb/ntb/2012/11/ntb_11_2_2012-%D0%B0%D0%BC%D0%BB%D0%B8%D0%BD%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9.pdf) . – Дата обращения 14.04.2020

2. Информационное обслуживание удалённых пользователей [Электронный ресурс] // Муниципальное бюджетное учреждение культуры Веселовского района «Веселовская межпоселенческая центральная библиотека»: [сайт]. Режим доступа: <https://bibvesl.rnd.muzkult.ru/Information_services_to_remote_users>. – Дата обращения 14.04.2020

3. Работа библиотек в онлайн-режиме [Электронный ресурс] // Библиотечный навигатор. Блог инновационно-методического отдела центральной городской библиотеки им. Н.А. Некрасова МУК ЦБС г. Краснодара. – Режим доступа //libkrasnodar.blogspot.com/2020/03/blog-post.html. – Дата обращения 14.04.2020

4. Чем библиотеки могут занять население в период карантина [Электронный ресурс] // Твоё имя должен узнать мир! Авторский блог Гузяль Эркаевой. – Режим доступа <http://blogslava.ru/?p=5698> . – Дата обращения 14.04.2020