

МБУК «Таштыпская межпоселенческая
библиотечная система»
Методико-библиографический отдел

ИДЕИ ДЛЯ РАБОТЫ БИБЛИОТЕК В ОНЛАЙН – РЕЖИМЕ



МБУК «Таштыпская межпоселенческая
библиотечная система»
Методико-библиографический отдел

ИДЕИ ДЛЯ РАБОТЫ БИБЛИОТЕК В ОНЛАЙН – РЕЖИМЕ

Методические рекомендации
для библиотечных специалистов

Составитель: Федорова И.И.

с. Таштып
2020 г.

ББК 78.30
И 29

Идеи для работы библиотек в онлайн – режиме :
методические рекомендации для библиотечных
специалистов / МБУК «ТМБС»; методико-
библиографический отдел; сост. И. И. Федорова. –
Таштып, 2020. – 32 с.

Данная методическая консультация представляет онлайн -
формы массовых мероприятий в библиотеке.

содержание

От составителя.....	5
Тезисно об онлайн-работе библиотек	6
Полезные советы:.....	8
Формы работы с пользователями в дистанционном режиме	9
Идеи публикаций	19
Посты по продвижению книги и чтения.....	20
Виды постов по продвижению книги и чтения:.....	21
Рубрики в соцсетях	22
Рекомендуемые хештеги	24
Порядок организации и проведения онлайн-мероприятия	25
<i>приложение 1</i>	27
Инструкция по созданию видеоролика	27
<i>приложение 2</i>	30
Виртуальная книжная выставка.....	30
Краткая инструкция по созданию.....	34
Виртуальной книжной выставки	34
Создание виртуальной книжной выставки в онлайн- сервисе thinglink	35
Список использованной литературы и источников:.....	38

*Идея — это единственный поток мыслей,
который движет человеком и миром.
Уэндел Филлипс*

От составителя

Библиотеки – творческие учреждения культуры, которые работают в режиме поиска не только информации для читателей, но и новых форматов мероприятий, способствующих привлечению в них читателей, организации их досуга. Еще совсем недавно считалось, что библиотечное обслуживание посетителей и массовая работа читателями может быть только в помещении библиотеки. Однако информационные технологии позволяют организовать культурно-массовую деятельность дистанционно, с эффектом присутствия пользователя. Те наработки, которые появились в арсенале библиотекарей во время карантина и самоизоляции, теперь будут использоваться в дальнейшей работе.

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 почти 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.

ТЕЗИСНО ОБ ОНЛАЙН-РАБОТЕ БИБЛИОТЕК

Зачем нам нужен онлайн библиотеке?

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

Совет: *Возьмите за основу всё самое лучшее из своего опыта... добавьте креатив... проводите мозговые штурмы... адаптируйте... и получите новый продукт!*

Трудности:

- Отсутствие опыта. Но сам этот вызов и стал новым опытом для нас.
- 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: *Работайте в команде и грамотно используйте сильные стороны каждого! Вместе - легко!*

ОБЩИЙ ПРИНЦИП: переводим обычные форматы в онлайн: лекция — видеолекция, выставка — виртуальная выставка и т.д.

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ:

- В целом форматы контента (текст, фото, видео) одинаковы во всех социальных сетях, однако есть нюансы. Например, будет разница в стилистике, которая зависит от целевой аудитории.
- Важен не только сам факт публикации видео, но его осмысленность, качество. Что мы хотим показать? Для кого?
- Количество публикаций: ВКонтакте - 1-4 поста в сутки, Инстаграм – 1-2 раза в сутки.
- Видеообзоры - отличная идея для рубрики! Можно попробовать прямые эфиры и готовые записи и сравнить количество просмотров. Выбрать в итоге то, что более эффективно.
- Нужно стараться адаптировать исходный материал к каждой социальной сети.
- Целесообразнее стремиться к качественному контенту, к которому потянутся пользователи, чем к количеству подписчиков.

- В ВКонтакте пик активности аудитории приходится на 21 час. Аудитория Instagram проявляет активность с 8 утра до 20 часов вечера. Лучшее время для публикации в Instagram по данным исследования — 9 утра, 10 утра, 18 и 19 часов вечера.

ГЛАВНЫЙ ПРИНЦИП: *Все должно быть в меру и к месту.*

ФОРМЫ РАБОТЫ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ В ДИСТАНЦИОННОМ РЕЖИМЕ

Библиотечная 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.

- *Пример здесь:* [Читаем дома вслух](#)

Библиотечный флешмоб онлайн – заранее спланированная массовая акция. Библиотекарь пишет пост, в котором оговаривает условия участия во флешмобе и предлагает подписчикам принять в нем участие. Обязательное условие – использование уникальных хештегов, по которым можно найти публикации, имеющие отношение к флешмобу.

Буктрейлер – это короткий видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге.

- *Пример здесь:* [Что такое буктрейлер и как его создать](#)

Вебинар (видеоконференция, видеосовещание и др.) – обучающее онлайн-занятие или корпоративное онлайн-совещание. Организуется библиотекой с использованием приложения-мессенджера.

- *Пример здесь:* [Вебинары РГДБ](#)

- **Видеоролик (видеоклип)** – непродолжительная по времени художественно составленная последовательность кадров (*Приложение №1*).
- Пример здесь: [Библионочь](#)

Викторина онлайн – 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 (Google Формы, Wordwall и др.), 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».

- Пример здесь: [МБУК «ТМБС» «Живу в Хакасии»](#)

Виртуальная книжная 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 в людей; интерактивного плаката; ментальной карты; ленты времени; 3D-книги: виртуальной доски (*Приложение №2*).

- *Пример здесь:* [Страна Читалия](#)

Виртуальная экскурсия (путешествие, прогулка, круиз и т.п.) – коллективное или индивидуальное знакомство с достопримечательностями в виртуальном режиме.

- *Пример здесь:* [МБУК «ТМБС»](#)

Интеллектуальная игра онлайн – 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 ее в режиме реального времени, например, в Zoom, просит участников писать ответы в комментарии или называть их и озвучивает, кто ответил правильно.

- *Пример здесь:* [МБУК ТМБС](#)
[Онлайн-игра](#)

Интернет – фотоакция – одна из самых популярных форм работы. Читатели, как правило активно участвуют в подобного рода мероприятиях. Публикации обычно сопровождают хэштеги (ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка #), используемый в микроблогах и социальных сетях).

- *Пример здесь:* [Библиотечные акции](#)
[Замечен за чтением](#)

Интернет-марафон - мероприятие, которое проводится режиме онлайн, длится несколько дней и посвящено определенной теме. Обязательно используется заданный хештег.

- *Пример здесь:* [Хакасская РДБ: Республиканский марафон «Чтение как образ жизни»](#)

Мастер-класс онлайн (англ. «master», специалист высокой квалификации и «class», занятие) – 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.

- *Пример здесь:* [Мастер-класс от Хакасской РДБ](#)
[Мастер-класс «Закладка»](#)

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

- *Пример здесь:* [Обзор новинок издательства «Робинс» от РГДБ](#)

Онлайн-встреча – это заранее условленные собрания двух и более людей в виртуальном пространстве. К онлайн-мероприятию, так же, как и к любому другому, составляется сценарий, который может включать сведения об авторе и его творчестве, сопровождаемые

презентацией; викторину и другие игровые элементы; обзор литературы. На онлайн - мероприятие, как на любое другое, оформляется документация: паспорт, сценарный план, сценарий, прилагаются фотографии. 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.

- *Пример здесь:* [ЛитМост](#)

Онлайн-трансляция – передача аудиовизуального изображения с любого мероприятия в реальном времени через интернет большому количеству зрителей.

Онлайн-чтение (индивидуальное, по ролям, театрализованное, за кадром и др.) - прочтение

отрывков или полных текстов художественных произведений в удаленном режиме.

- *Пример здесь:* [Стихи- онлайн](#)
[Стихи - онлайн](#)

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

- *Пример здесь:* [Таштыпская библиотека](#)

Подкаст – аудиофайл (реже бывают видеофайл), который публикуется на специальных сайтах и может в любое время быть прослушан на телефоне, плеере, планшете, компьютере. Напоминает радиопрограмму, звуковую википедию – также служит для передачи информации.

- *Пример здесь:* [Национальная библиотека](#) им. Н.Г. Доможакова

Прямой эфир – процесс непосредственной передачи телевизионного или радиосигнала с первого дубля с

места проведения записи в эфир, то есть трансляция сигнала в реальном времени.

Челлендж (англ. challenge – «проблема, сложная задача, вызов») – 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?».

- *Пример здесь:* [Что такое «книжный челлендж»? Челлендж #Литкарантин: любимые книги в новом прочтении](#)

Экскурсия онлайн (виртуальное путешествие) – показ заранее подобранных объектов в режиме онлайн. Может быть в виде видеоролика, прямого эфира, презентации.

- *Пример здесь:* [Экскурсия в библиотеку](#)

ИДЕИ ПУБЛИКАЦИЙ

- Подборка книг
- Викторина
- Ответы на часто задаваемые вопросы о библиотеке
- Цитаты (не должны занимать 99 % контента¹)
- Книга, которая улучшит...
- Книга, которая решит проблему ...
- Инфографика² об истории и жизни библиотеки
- Книжный юмор
- Полезные подборки: 10 приемов, 5 ошибок, хит-парад, рейтинг
- Чек-лист³

¹ Контент - (от английского content - содержание) – это абсолютно любое информационно значимое либо содержательное наполнение информационного ресурса или веб-сайта

² Инфографика — это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию. Одна из форм графического и коммуникационного дизайна.

³ Чек-лист (check list) – это перечень пошаговых последовательных действий, которые необходимо выполнить, чтобы получить определенный результат в какой-либо работе

- 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

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 больше картинок;

- 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.

ВИДЫ ПОСТОВ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ КНИГИ И ЧТЕНИЯ:

- к юбилеям авторов — содержат фото автора, биографию и иллюстрации его книг и обязательно ссылки на источники, где можно познакомиться с его творчеством более подробно;
- реклама книги или журнала под рубрикой «Советуем почитать» — короткая аннотация из книги или о журнале и фото обложки;

- информация о развёрнутых выставках в библиотеке — фото выставки и небольшое её описание;
- информация о новых книжных и журнальных поступлениях;
- читательские отзывы о книгах;
- книжные рейтинги;
- посты с цитатами из книг со ссылками на их полные тексты;
- тематические подборки.

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. В этих рубриках дают рекомендации к прочтению сами библиотекари, читатели или известные люди. Примеры таких рубрик: *«Выбор читателя»*, *«Классная вещь»*, *«Писатель рекомендует»*, *«Книжный хит: рекомендует читатель!»*, *«Книжные рейтинги»*, *«Книга месяца»* и т.д.

КОНКУРСЫ

Конкурсы развивают творческие способности и мотивируют на обращение к книге.

Виды конкурсов:

- конкурс отзывов на прочитанное произведение летом (лучшие из них размещают на сайте);
- конкурсы читательских буктрейлеров;
- конкурсы читательских видеороликов-мотиваторов чтения.
- конкурс фанфиков⁴ «Придумай продолжение или напиши свою историю о...»;
- конкурсы фотографий оригинальных сюжетов чтения книг;
- конкурсы творческих работ (эссе, рассказов на тему).

РЕКОМЕНДУЕМЫЕ ХЕШТЕГИ

#ТМБС

#Таштын

⁴ Фанфíк — жаргонизм, обозначающий любительское сочинение по мотивам популярных оригинальных литературных произведений, произведений киноискусства (кинофильмов, телесериалов, аниме и т. п.), комиксов (в том числе — манги), а также компьютерных игр и т. д.

#ЧитайРайон

#КультураТаштынскогоРайона

ПОРЯДОК ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯ

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

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.
- Анализ проведенного мероприятия (самоанализ), возможное обсуждение с коллегами.
- Подготовка необходимой документации (паспорт мероприятия, список участников,

протокол жюри, скриншот веб-страницы, информационный отчет).

Приложение 1

ИНСТРУКЦИЯ ПО СОЗДАНИЮ ВИДЕОРОЛИКА (на примере программы Windows Movie Maker)

- Написать сценарий будущего видеоролика.
- *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».
- 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.

- 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.

- 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».

- 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».

- 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.

- 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.

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

- *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.

Приложение 2

ВИРТУАЛЬНАЯ КНИЖНАЯ ВЫСТАВКА

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.

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

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).

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.

КРАТКАЯ ИНСТРУКЦИЯ ПО СОЗДАНИЮ ВИРТУАЛЬНОЙ КНИЖНОЙ ВЫСТАВКИ

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

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.

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.

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 *сообщение* на странице в *социальной сети*.

Методов и приёмов размещения материала по продвижению книги и чтения достаточно много, тематика его разнообразна, но если походить к его созданию творчески, он будет замечен пользователем, а это значит ещё один человек обратится к книге.

**УДАЧИ! НАДЕЕМСЯ, ЧТО НАШ ОПЫТ И СОВЕТЫ
ПОМОГУТ ВАМ ЗАВОЕВАТЬ СЕРДЦА ВАШИХ
ЧИТАТЕЛЕЙ И ПОДПИСЧИКОВ!**

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИСТОЧНИКОВ:

Ломова, О.В. Библиотечный карантин: новый формат общения / О. В. Ломова, О. В. Куюкова . — Текст : электронный // Хакасская Республиканская Детская Библиотека Страна Читалия : [сайт]. — URL: <http://xn---7sbab3bbulzjlg7dvg.xn--p1ai/kollegam/izdatel-skaya-deyatel-nost-.html> (дата обращения: 08.10.2020).

Сахаренкова, Р. С. РАБОТА БИБЛИОТЕК В ОНЛАЙН-РЕЖИМЕ / Р. С. Сахаренкова. — Текст : электронный // Библиотечный навигатор : [сайт]. — URL: <http://libkrasnodar.blogspot.com/2020/03/blog-post.html> (дата обращения: 08.10.2020).

Словарь форм работы онлайн. — Текст : электронный // Тульские школьные библиотекари : [сайт]. — URL: <http://bibliotula.blogspot.com/2020/08/blog-post.html> (дата обращения: 08.10.2020).

МБУК «Таштыпская межпоселенческая
библиотечная система»
с. Таштып, ул. Ленина, 37
8(390) 46 2 14 29
tashtipcbs@mail.ru