

## **Тема: «Разработка и продвижение в цифровой среде социально-значимых информационных Интернет-ресурсов и медиа продуктов для пользователей»**

Сегодня цифровая культура во многом определяет профессиональную деятельность всех специалистов. Без знаний в этой области уже невозможно стать востребованным, конкурентоспособным профессионалом. Это в полной мере относится к нашей библиотечной отрасли.

Цифровые технологии помогают по-новому взглянуть на решение традиционных задач и изменить привычные подходы к работе. У современного читателя отпала необходимость физического посещения библиотеки для поиска и получения информации. Киберпространство и полный охват информационными технологиями всей социально-экономической реальности стерли границы между виртуальным и реальным миром. Именно поэтому часть своих базовых функций библиотека должна выполнять в виртуальном пространстве, в том числе, в пространстве социальных медиа.

Вся деятельность, которая осуществляется в электронной окружающей среде, социальных сетях, в сети Интернет **называется медиа пространством**. В нём люди обмениваются информацией, узнаёт новое или просто общаются. *(Выход в медиа пространство не просто важен для библиотеки – он необходим.)* Для библиотек ключевую роль играют социальные медиа - это веб-ресурсы, созданные для общения в сети.

К таким социальным медиа относятся:

- сайты и социальные сети;
- блоги;
- форумы;
- виртуальные игры;
- геосоциальные сервисы и т. п.

На какие каналы коммуникаций библиотеке стоит обратить внимание, чтобы обрести верной и заинтересованной аудиторией? Это:

- сайт библиотеки;
- библиотечные соц. сети: группа ВКонтакте, канал в Telegram;
- видеохостинги — например, канал библиотеки на YouTube;
- блоги и форумы;
- буктрейлеры;

- аудиогиды и подкасты, которые размещаются в Интернете.
- [Подкасты: что записывать для тех, кто любит читать;](#)
- [Бот-библиотекарь;](#)
- [Аудиогид в библиотеке;](#)
- [Красивые фото книг: советы по созданию.](#)

В современном мире понятие медиа продукта получило довольно широкое распространение. К медиа продуктам принято относить:

- рекламные ролики;
- пресс-релизы;
- сценарии;
- игры;
- презентации;
- видео открытки;
- интернет-сайты и другие способы донесения до аудитории информации при помощи средств мультимедиа.

Чаще всего медиа продукты, так или иначе, связаны со СМИ.

Современным и удобным инструментом, дополняющим и расширяющим весь спектр услуг, оказываемых читателям, является сайт библиотеки. Сайт библиотеки позволяет оперативно сообщать о событиях, книжных новинках, устанавливать обратную связь с пользователем.

Для того чтобы продвигать библиотеку в виртуальной среде нужно создавать уникальный контент, который заинтересует аудиторию и будет поддерживать обратную связь. Наполнение информационного ресурса или веб-сайта любым информационно значимым либо содержательным медиа продуктом, должно информировать, привлекать внимание, вызвать желание прочесть книгу, посетить вашу библиотеку и стать её пользователем.

Под контентом понимаем собственно наполнение сайта.

Контент библиотечного сайта делится на три категории:

1. **Графический контент.** Сюда входит различные графические материалы. В первую очередь - конечно, фотографии, иллюстрации, анимация. Но могут быть и диаграммы, чертежи, видео.
2. **Фактический контент.** Это инструкции, данные каких-либо исследований, числовая информация (таблицы).

3. **Текстовый контент**. Как понятно из названия - это тексты самого различного содержания. Для оптимизации процесса подготовки контента, всю информацию нужно разделить на три группы:

- **Фундаментальная информация**. Данный вид информации актуален, как правило, всегда или достаточно долго.
- **Информация средней продолжительности**. Это сведения, которые актуальны в течение одного-двух лет и не требуют частого обновления.
- **Информация краткой продолжительности**. Сведения, которые необходимо обновлять или заменять перманентно.

Вся совокупность информации на сайте делится на несколько групп:

- Информация о библиотеке;
- Информация для читателей;
- Предоставляемые ей продукты и услуги (ресурсы);
- Основные направления деятельности библиотеки.

На сайте как месте доступа к информационной среде библиотеки можно выделить следующие блоки:

**1. Информационно-услуговый: продукты и услуги**, которые библиотека предлагает своим пользователям.

Новостная информация требует постоянного обновления, может включать в себя:

- новости библиотеки,
- анонсы/отчеты о мероприятиях, конкурсах, концертах, выставках. Не следует увлекаться отчетами о состоявшихся мероприятиях, за исключением тех случаев, когда они несут значимую информацию (отрывки из стенограммы выступлений, видеофрагменты, аудиозаписи).

- иметь ссылки на новостные блоки различных социальных структур (школы, города, района) и т.д. Информация о различных **социальных службах** по вопросам детства и материнства (с адресами и телефонами) – очень полезный ресурс для библиотечных веб-сайтов.

**2. Библиографические ресурсы**

- Электронный каталог
- Новые поступления
- Полезные ссылки
- Редкий фонд
- Периодика

Контентом для продвижения чтения может быть знакомство с книжными новинками, рекомендации к прочтению, информация об электронных книжных ресурсах и мероприятиях, направленных на популяризацию книги, отзывы на книги, разнообразные книжные рейтинги и др.

Ведущий библиограф методико-библиографического отдела  
Туренко О.Г.