

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

**КРАСНОДАРСКАЯ КРАЕВАЯ УНИВЕРСАЛЬНАЯ
НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА ИМ. А. С. ПУШКИНА**

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ ОТДЕЛ

**ИННОВАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКЕ:
социальные сети и мультимедийные технологии**



**Краснодар
2020**

**Министерство культуры Краснодарского края
Краснодарская краевая универсальная научная
библиотека им. А.С. Пушкина**

Научно–методический отдел

**Инновации в современной библиотеке:
социальные сети
и мультимедийные технологии**

**Краснодар
2020**

УДК 021+ 021.7
ББК 78.30 + 78.37
И 66

Инновации в современной библиотеке : социальные сети и мультимедийные технологии / Краснодарская краевая универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина, научно–методический отдел ; сост. А.З. Позин. – Краснодар, 2020. – 83 с.

Пособие раскрывает возможности социальных сетей, которые необходимо использовать в профессиональных целях. Рассмотрены этапы создания YouTube-представительства библиотеки в социальных сетях.

УДК 021+ 021.7
ББК 78.30 + 78.37

*Краснодарская краевая универсальная научная
библиотека им. А.С. Пушкина, 2020*

СОДЕРЖАНИЕ

От составителей	4
Позин А.З. Работа центров правовой информации онлайн в условиях карантинных мер	6
Давыдов В.А. YouTube-канал на службе библиотекаря: возможности легендарного видеохостинга...	13
Хвостенко И.М., Никитин А.Е. Интернет-канал библиотек ЦБС города Сочи на YouTube. Методические рекомендации по продвижению библиотек с помощью видеохостинга YouTube	17
Видеоролики ЦБС г. Сочи на канале YouTube, 2020 год	55
Социальные медиа как инструмент продвижения библиотеки: рекомендательный список литературы	67

ОТ СОСТАВИТЕЛЕЙ

Подавляющее большинство библиотек представлены в сети Интернет собственными веб-сайтами, однако в современном мире этого не достаточно для решения поставленных перед библиотекой задач.

Социальные медиа стремительно вошли в библиотечную жизнь, сделав библиотеки более привлекательными, вывели библиотечно-информационную деятельность на качественно иной, более продуктивный уровень. Интерактивные, презентационные, мультимедийные, мобильные формы проведения мероприятий позволили освоить новый формат общения с читателем – наладить более живой процесс общения с ним.

Сегодня 732 муниципальных библиотеки края имеют более тысячи аккаунтов в социальных сетях. 19 библиотек имеют собственные каналы на YouTube. Используя социальные сети, блоги и другие сервисы, библиотеки продвигают информацию, формируют у населения интерес к родному краю, потребность в библиотечных услугах, привлекают пользователей на свои сайты.

Социальные сети стали успешной платформой для привлечения новых читателей и поддержания у них интереса к деятельности библиотеки. Более того, соцсети стали популярным местом для профессионального общения, создания групп по интересам, что позволило библиотекам вести совместные проекты, акции и делиться опытом.

В пособие включён аннотированный библиографический список публикаций о работе библиотек в социальных сетях.

Библиографическое описание осуществлено в соответствии с ГОСТом Р 7.0.100-2018 и ГОСТом Р 7.0.12-2011.

Цель пособия – оказание методической помощи библиотекам Краснодарского края в продвижении чтения и библиотечных услуг посредством активного присутствия учреждения в соцсетях.

Издание рассчитано на методистов, специалистов по связям с общественностью, маркетологов, SMM-специалистов, занимающихся продвижением библиотек в социальных сетях.

Отзывы и предложения просим присылать по адресу:

350063, г. Краснодар, ул. Красная, 8.
НМО. E-mail: metod@pushkin.kubannet.ru
Тел.: 8 (861) 268-44-75.

Работа центров правовой информации онлайн в условиях карантинных мер

*Позин А.З., главный библиотекарь
научно-методического отдела ГБУК
КК ККУНБ им А.С. Пушкина*

Современные тенденции развития информационных технологий обусловили новую форму работы библиотеки – организацию виртуального пространства. Наличие аккаунта в наиболее популярных социальных сетях является престижным, укрепляет и поддерживает имидж библиотеки. Системная работа в сети позволяет даже небольшой библиотеке стать видимой и значимой.

Сегодня социальная сеть – один из самых востребованных и эффективных инструментов создания вокруг книги диалогового пространства. Задавая моду на чтение, библиотека через социальные сети предлагает нестандартные подходы к осмыслению книжной продукции.

Обратная же связь социальных сетей позволяет выявить читательский спрос, нарисовать портрет пользователя библиотеки, чтобы выстроить стратегию успешного воздействия и предложить продукт, востребованный обществом.

Работа центров правовой информации предполагает выпуск сжатой, переработанной информации в форме дайджестов, обзоров, фактографических досье, библиографических памяток, списков литературы, указателей и прочей библиотечной продукции в электронном виде.

Одно из ключевых направлений деятельности центров правовой информации – правовое просвещение пользователей. Новые информационные технологии позволяют перенести мероприятия ПЦПИ из стен библиотек в виртуальное пространство.

Сотрудники центра правовой информации центральной городской библиотеки им. Крупской г. Армавира разместили в социальной сети ВКонтакте (<https://vk.com/krubibl>) 25 выпусков кинолектория "Преступление и наказание: на экране и в жизни". Пользователям предлагался фрагмент из кино или мультипликационного фильма, содержащий правонарушение, и задача: определить, какое наказание последовало бы за ним в рамках законодательства Российской Федерации. Насколько подписчики свободно и успешно ориентируются в массе сложных и разнообразных норм и правил поведения, установленных государством, помогла разобраться игра "Что? Где? Когда?", в которой предлагалось ответить на вопросы правовой тематики.

Библиотеки активно занимаются информированием пользователей о доступных правовых ресурсах. "Знай свои права" – выставка-обзор изданий (https://vk.com/biblio_ustlabinsk?w=wall473795018_1661%2Fall&z=photo473795018_457243586%2Fwall473795018_1661), публикующих материалы посвященные защите прав и законных интересов граждан. Правовая подсказка "Изучи закон – пригодится!" представляет собой обзор правовых интернет-ресурсов, содержащих полные тексты нормативных документов, а также консультации и комментарии (<https://ok.ru/profile/559528166558/statuses/151370252397982>). Эти и другие материалы были представлены сотрудниками центра правовой информации Усть-Лабинской городской библиотеки-филиала №1 в социальных сетях. Данная деятельность специалистов библиотек способствует законопослушному поведению пользователей, формированию гражданской ответственности.

Не остаются ЦПИ в стороне от проблемы беспризорности и безнадзорности несовершеннолетних, весьма сложной и многосторонней. Её решение требует объединения усилий всех заинтересованных сторон. В

рамках работы по профилактике детской безнадзорности и правонарушений библиотеки проводят мероприятия, направленные на поддержку Закона Краснодарского края от 21 июля 2008 № 1539–КЗ (ред. от 27 сентября 2019 г.) "О мерах по профилактике безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Краснодарском крае". Прежде всего, это информационно-разъяснительная работа о необходимости соблюдать требования закона.

Ее примером является деятельность сотрудников центра правовой информации Ленинградской межпоселенческой библиотеки разместившей социальный ролик. "Живи по закону" (<https://www.instagram.com/tv/CB8WRXzCuYv/?igshid=1hwo8r1kljptn>), в котором они читают стихотворения собственного сочинения.

Виртуальный журнал "Молодёжь и право" подготовленный сотрудниками межпоселенческой библиотеки Апшеронского района (<https://www.instagram.com/p/CAUrTsJn4aq/>), подробно и доступно рассказывает о правах подростков и молодёжи.

В преддверии общероссийского голосования по вопросу одобрения изменений, вносимых в Конституцию Российской Федерации, библиотеки провели ряд мероприятий. Их целью стало расширение знаний о конституционных основах нашего государства, формирование понимания необходимости знания Конституции как Основного закона.

Публичный центр правовой информации межпоселенческой центральной библиотеки Славянского района провел виртуальный обзор из цикла "Серьезное чтение" – "Поправки к Конституции" (<https://www.instagram.com/tv/CAKcwdxHcAA/?igshid=1j8fhhbqdv24s>), познакомив подписчиков с Законом о поправках к Конституции России от 14 марта 2020 г. № 1–ФКЗ. Особое внимание было уделено Заклучению Конституционного Суда РФ от 16 марта 2020 г. № 1–З, которое содержит

оценку и обоснование всех изменений. В качестве рекомендаций для вдумчивого чтения была предложена сравнительная таблица текста действующей Конституции РФ и текста Конституции РФ с учетом новых поправок, составленная СПС "КонсультантПлюс". Для пользователей, желающих сэкономить время, был предложен специальный выпуск "Российской газеты" с самыми важными поправками.

Анимационные ролики ЦИК "Конституция Российской Федерации", посвященные дню голосования, разместил в Instagram сектор деловой и правовой информации центральной городской библиотеки г. Горячий Ключ (<https://www.instagram.com/p/CB48fsUHTAy/?igshid=c9dfyjodgghl>).

Видеоролики просто и доступно рассказывают, как узнать, где находится избирательный участок, какие формы голосования можно использовать, а также информируют о том, какие меры приняты ЦИК для защиты граждан от заражения коронавирусной инфекцией. Там же можно посмотреть видеоролик "Интересные факты о Конституции РФ" (<https://www.instagram.com/p/CB4376enkV1/?igshid=1oj7vko6031y2>).

В целях информационной поддержки мер, принимаемых правительством в период распространения новой коронавирусной инфекции, библиотеки Кубани на своих сайтах разместили видеопрезентацию "Федеральная поддержка семей с детьми" – о порядке получения пособий семьям, имеющих детей с 3 до 16 лет. Например, Абинская межпоселенческая библиотека (<http://abinlib.ru/1669-federalnaya-podderzhka-semey-s-detmi.html>).

Видеопрезентация напомнила посетителям о том, какие и куда направлять документы, какие сроки действуют в отношении всех заявлений, в том числе поданных в выходные дни. Ее авторы рассказали о возможности узнать в электронном кабинете статус поданного заявления, если оно подано

через Портал госуслуг. Или уточнить этап его рассмотрения по телефону клиентской службы, если заявление подано лично в Пенсионный фонд.

Сотрудники центра правовой информации центральной районной библиотеки ЦБС Адлерского района г. Сочи провели в прямом эфире социальной сети Инстаграм беседу-разъяснение "Коронавирус и карантин: правовой аспект".

В период карантина сотрудники центральной библиотеки им. В.Г. Короленко ЦБС МО город-курорт Геленджик стали режиссерами, операторами, монтажерами и чтецами, зарегистрировав канал на YouTube "Библиотеки Геленджика". Создано немало интересных видеобзоров, виртуальных памяток, онлайн-марафонов и буктрейлеров, в том числе и сотрудниками центра доступа к правовой и социально-значимой информации. Например, патриотическая викторина "Россия – это мы!" с вопросами и ответами по теме российской государственности (<https://www.YouTube.com/watch?v=H7Ev37ZJ6tE>), виртуальная историческая мозаика "Миссия выполнима" (<https://www.YouTube.com/watch?v=WWTFH9njtMo>) о развитии Российской дипломатии от посольского приказа до Министерства иностранных дел России. В рамках мероприятий "История в символах", посвящённых Дню России, выпущена видеопрезентация "Государственные символы нашей Родины" (<https://www.YouTube.com/watch?v=RKmpldmPpTU>).

Не остаются без внимания и юбилейные даты нашего региона. На Кубани 1 июня отмечают День официальных символов – флага, гимна и герба Краснодарского края. Депутаты краевого Законодательного Собрания ровно 25 лет назад приняли решение возродить их, приняв Закон Краснодарского края от 05 мая 1995 г. № 5–КЗ (ред. от 08 мая 2014 г.). К этому событию была подготовлена видеопрезентация "Символы края!" (<https://www.YouTube.com/watch?v=f6ai52d0LzM>) об истории создания герба

и гимна России и Краснодарского края, о геральдических значениях цветов гербов и флагов.

"О символах Краснодарского края". "Ты, Кубань, ты наша Родина" (https://www.instagram.com/tv/CA4fOvqCtk2/?utm_source=ig_web_copy_link) – такую презентацию подготовил центр доступа к правовой и социально значимой информации межпоселенческой библиотеки Динского района. Она рассказывает о том, что традиционно 1 июня происходит торжественное поднятие флага Краснодарского края, что герб Кубани украшает здания администрации края и Законодательного Собрания, органов местного самоуправления, официальных и других представительств нашего региона в Российской Федерации. А музыкальной фразой гимна Краснодарского края "Ты, Кубань, ты наша Родина" начинается утро на Кубани.

Форму виртуального обучения в период удаленной работы для пользователей "Школы правовых знаний" предложили сотрудники ЦСПИ Тихорецкой центральной межпоселенческой библиотеки. На электронную почту (29sheepoftv@mail.ru) класса "Школы правовых знаний" были отправлены информационные правовые памятки: "Административная ответственность несовершеннолетних" и "Уголовная ответственность несовершеннолетних" (полезная информация для несовершеннолетних и их родителей); "Правовые Интернет-ресурсы" – путешествие по сайтам; "Волонтер – звучит гордо" – информ-дайджест. Темы были подобраны с учетом плана занятий, которые, будь такая возможность, прошли бы очно.

Поддерживая призыв, адресованный курильщикам, отказаться от курения или провести день без табачного дыма, сектор информационно-библиографического сервиса ЦГБ им. А.В. Луначарского Кропоткинского городского поселения Кавказского района обратился к пользователям с видеопрезентацией. Видеоролик "Мы за здоровый образ жизни!" (<https://ok.ru/video/1762077510291>) нацеливает на отказ от вредной привычки

не только ради собственного здоровья, но и ради здоровья их близких, которые вынуждены находиться рядом с заядлыми курильщиками.

Ускоренный переход к дистанционным формам работы стал проверкой для многих библиотек. Для ПЦПИ открылись новые возможности обслуживания удалённых пользователей. Сейчас оно ведётся в разных режимах: по электронной почте и в социальных сетях.

Период карантинных мер стал толчком к развитию удаленных форм работы и онлайн-сервисов. Сотрудникам необходимо было срочно осваивать новые методы работы, быстро обучаться и расширять свои профессиональные навыки и умения. Но переход на обслуживание в удаленном доступе произошел относительно спокойно. Сотрудники 35 центров правовой информации межпоселенческих центральных библиотек муниципальных образований Краснодарского края, смогли обеспечить полноценную работу в режиме домашней самоизоляции, проведя 167 мероприятий, опубликовав в различных социальных сетях 535 постов, которые были просмотрены 38716 раз.

Социальные сети, являясь неотъемлемой частью взаимодействия библиотеки с пользователями, должны считаться точкой обслуживания в виртуальной сфере библиотечной работы, а ее активность – входить в число основных показателей работы библиотек, отражаясь в системе государственной статистики.

"YouTube-канал на службе библиотекаря: возможности легендарного видеохостинга"

Давыдов В.А., заведующий отделом компьютерных технологий центральной библиотеки МБУК "Анапская ЦБС"

В последние годы информационные потребности пользователей библиотек Анапы значительно видоизменились. Виртуальная среда МБУК "Анапская ЦБС", представленная официальными сайтами и группами в социальных сетях, потребовала отхода от традиционного использования интернет-каналов в качестве инструмента информирования пользователей об услугах и событиях учреждения к полноценному обслуживанию и удовлетворению информационных потребностей.

С этой целью была совершена попытка создания нового для библиотек Анапы типа информационных продуктов – видеоматериалов. Продвижение книг и чтения шагнуло в новую эпоху – эпоху буктрейлеров, создаваемых с помощью видеомонтажа или анимации. Созданные информационные продукты необходимо было размещать в сети Интернет, однако ресурсы памяти официальных сайтов оказались не готовы к такой нагрузке. Потребовалась альтернатива, и она была найдена.

YouTube–канал библиотек Анапы был создан в 2018 году. Адрес канала: <https://www.YouTube.com/channel/UCAkEGmeXC0EWIDqBgRLgurw>. Основная цель создания – публикация в сети Интернет видеоматериалов с возможностью встраивания в сайты и социальные сети. Первый этап использования канала являлся пробным, экспериментальным. За 2018–2019 годы сотрудники библиотек Анапы выложили всего восемнадцать видеопродуктов – в основном авторские буктрейлеры и материалы для конкурсов. В этот период YouTube.com зарекомендовал себя как удобный,

легкий в использовании, многофункциональный видеохостинг, но при этом сложная платформа для охвата целевой аудитории. За указанный период к материалам канала пользователи YouTube обратились всего две тысячи раз.

Переход библиотек Краснодарского края на режим удаленной работы благотворно подействовал на наполнение YouTube-канала МБУК "Анапская ЦБС". Мероприятия, традиционно проводимые библиотеками Анапы, требовалось перевести в виртуальную среду, а формат видео отлично подходил для этой цели. Множественные и регулярные публикации материалов быстро оживили YouTube-канал и позволили глубже разобраться с его функционалом. За три месяца работы в удаленном режиме (с 23 марта по 18 июля 2020 года) сотрудниками библиотек Анапы были созданы и опубликованы 523 видеопродукта, которые были просмотрены в общей сложности более 15 тысяч раз.

Создание и ведение YouTube-канала не составляет большой сложности. Необходимо создать учетную запись google, переключиться на YouTube-портал, перейти в настройки аккаунта и создать новый канал. Чтобы представительство на платформе YouTube выглядело оптимально, важно настроить вид канала: установить логотип, оформление (фон), указать ссылки (контакты).

Добавить материалы на канал YouTube можно на любой странице платформы, необходимо лишь находиться в созданной учетной записи google. К размещению допускаются материалы двух типов: видео и трансляция. При добавлении видео можно указать название, описание, значок (кадр для предпросмотра), плейлист, возрастные ограничения, теги для облегчения поиска видео, язык субтитров, дату и место съемки. Кроме того, можно выбрать время публикации – сразу или отложить до нужного времени. Для видеотрансляции требуется web-камера и микрофон. Все публикуемые на YouTube материалы автоматически проверяются на

нарушение авторских прав, поэтому использование чужих видео-, аудиопродуктов не рекомендуется.

После размещения видео на YouTube-хостинге у него появляется персональная ссылка, дата публикации, учёт просмотров, лайков и дизлайков, возможность поделиться на сайте и в социальных сетях.

Чтобы разместить видео с YouTube на сайте учреждения, потребуется нажать кнопку "Поделиться", выбрать вариант "Встроить". Появится меню встраивания видео, в котором нужно скопировать код фрейма для вставки на сайт. Функционал YouTube позволяет установить начало показа встроенного видео и отображение панели управления проигрывателем. На сайте код фрейма необходимо вставлять в режиме html-разметки (не сработает, если CMS сайта не поддерживает ввод html-кода).

Встраивание видеопродукта с YouTube в социальных сетях "ВКонтакте" и "Одноклассники" наиболее простое. Требуется скопировать ссылку из адресной строки и вставить ее в новый пост – портал преобразует ссылку в специальный фрейм и видео отобразится в YouTube-проигрывателе. Материалы с YouTube также можно добавить в видео представительства с помощью кнопки "Добавить видео", затем "Добавить с другого сайта" (в "Одноклассниках" – кнопка "Ссылка").

Встраивание в популярную социальную сеть "Инстаграм" на данный момент недоступно. Портал сам является видео- и фотохостингом и требует отдельной загрузки видеоматериала.

Библиотеки Анапы активно используют возможность создания в YouTube видеоподборок – плейлистов. Перечень виртуальных мероприятий, объединенных общей темой, можно собрать в плейлист, который также можно разместить на сайте или в социальных сетях. В результате пользователь в один клик оказывается в специально созданном виртуальном пространстве, например, Всероссийской акции "Библионочь–2020":

<https://www.YouTube.com/playlist?list=PLBhI6adCwk2RTOJXDLtVdMn5aOIMit6Wc>.

В последней версии видеохостинга появилась "Творческая студия YouTube", которая имеет богатые функции учета и анализа опубликованных видеоматериалов. В "Творческой студии" можно перейти на вкладку "Аналитика", где размещается информация о просмотрах, подписках, количество часов, потраченных пользователями на просмотр.

В разделе "Комментарии" располагаются все комментарии, оставленные пользователями к опубликованным на канале видео.

Особенно интересен раздел "Фонотека", который предоставляет доступ к аудиофайлам, допустимым к использованию в видеоматериалах, размещаемых на YouTube-канале. То есть YouTube позволяет решить проблему авторских прав аудиосопровождения видеопродуктов.

Таким образом, видеохостинг YouTube в настоящее время является незаменимым инструментом для публикации в сети Интернет объемных материалов, видеопродуктов. Его отличает кроссплатформенность, гибкость и совместимость со многими интернет-порталами.

Отечественный аналог YouTube, "Яндекс.Эфир: Блогеры" также может быть использован в качестве видеохостинга. Адрес канала: https://yandex.ru/efir?stream_active=blogger&stream_publisher=ugc_channel_6847532850084806508. Однако новый ресурс имеет некоторые ограничения: например, нет возможности встраивания на сайт, а каждый публикуемый материал должен пройти проверку в "Яндекс.Толока". Возможно, со временем подобные сложности будут упразднены, а "Яндекс.Эфир: Блогеры" станет удобной заменой классическому YouTube.

Интернет-канал библиотек ЦБС города Сочи на YouTube

Методические рекомендации по продвижению библиотек с помощью
видеохостинга YouTube

*Хвостенко И.М., заместитель директора
ЦГБ МБУК ЦБС г. Сочи,
Никитин А.Е., специалист отдела
электронных ресурсов ЦГБ МБУК ЦБС г. Сочи*

*"Поделись своими источниками со своими
читателями, понимая, что практически никто из
них не является исключительно читателем или
исключительно источником. Смешай все.
Приготовь винегрет из идей и попробуй его почаще.
Соедини всех, кто тебе важен, настолько
быстро, насколько это возможно, настолько
автоматизировано, насколько это возможно,
нажми на газ и забудь о тормозах."*

Дейв Вайнер (Dave Winer),
изобретатель RSS и уг-блоггер

Сегодня библиотечное пространство – это еще и виртуальное пространство. Основные цели виртуального присутствия библиотек в информационном пространстве интернета как особой коммуникационной среды – привлечение внимания к книге и чтению, формирование привлекательного имиджа библиотек (имидж – искусство "управлять впечатлениями") в информационном пространстве, рост авторитета общедоступных публичных библиотек. Продвижение библиотек в электронной среде, использование возможностей социальных медиа повышают оперативность и качество предоставления пользователям необходимой информации.

Интернет – одно из самых динамично развивающихся явлений современности. Понятию "социальные медиа" наиболее лаконичное

определение даёт английский социолог Д. Мёрти: "В широком смысле социальные медиа означают множество относительно недорогих и доступных электронных инструментов, позволяющих любому человеку публиковать и получать информацию, сотрудничать и выстраивать отношения с другими людьми". Если библиотека стремится быть современной, ориентированной на пользователя, она должна обратить особое внимание на своё присутствие в социальных медиа. В связи с этим библиотечным специалистам необходимы знания, умения и навыки в области освоения технологий работы в виртуальном пространстве.

Социальные медиа стремительно завоевывают разные сферы деятельности, а благодаря доверительному отношению аудитории уже сейчас являются качественным инструментом во взаимодействии с широкими кругами общественности. Скорость распространения информации в социальных медиа ставит их на порядок выше традиционных СМИ. Кроме того, в отличие от традиционных медиасредств (телевидения, радио, газет и журналов) социальные медиа обладают уникальным качеством – интерактивностью. Благодаря этому они позволяют наладить связь с пользователями и привлечь их внимание.

Социальные медиа – это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент. К ним относятся: блоги и форумы, видеохостинги, социальные сети, партнерские программы, тематические площадки, новостные порталы, геосоциальные сервисы и другие специализированные ресурсы.

Перед тем, как начать свое продвижение в социальных медиа, необходимо решить, где же необходимо действовать. Без сомнения, сегодня все слышали про YouTube – видеохостинг, позволяющий пользователям

делиться своими видеозаписями в сети, делать их общедоступными, предоставляющий услуги хранения, доставки и показа видео. Он приобрел огромную популярность и является одним самых посещаемых интернет-сайтов, привлекающих миллионы посетителей в месяц. Пользователи могут загружать, просматривать, оценивать, комментировать, добавлять в избранное и делиться теми или иными видеозаписями.

В методических рекомендациях по продвижению библиотек с помощью видеохостинга YouTube освещается опыт работы специалистов "ЦБС г. Сочи" в данном направлении, рассматриваются возможности предоставления библиотеками услуг с привлечением мультимедийных ресурсов и продуктов, внедрения социальных медиа в практику работы библиотек. Рекомендации подготовлены с учетом тенденций в области развития социальных сетей и опыта ведущих учреждений культуры России.

Издание адресовано руководителям и специалистам общедоступных публичных библиотек Краснодарского края.

Основная терминология социальных медиа

Для начала необходимо познакомиться с основной терминологией и интернет-сленгом, без знания которых невозможно работать в социальных медиа.

Аватар (картинка) – графическое представление пользователя, его игрового интернет-персонажа.

Администратор – пользователь социальной сети, являющийся создателем группы/страницы.

Аккаунт – профиль пользователя социальных медиа.

Активность – любое действие пользователя. Основных видов активности три: комментарий к посту, лайк публикации (ее своеобразная

положительная оценка) или репост (копирование публикации со ссылкой на источник).

Аудитория – количество человек, заходивших на сайт хотя бы один раз за месяц.

Ведение сообщества – процесс управление сообществом, который включает коммуникацию с участниками, обновление контента, удаление спама.

Виральность – быстрота распространения контента среди пользователей. Это особая характеристика контента, определяющая, насколько вероятно читатели заинтересуются информацией и поделятся ею. Чем выше виральность контента, тем больше вероятность его широкого распространения в социальных медиа и, соответственно, в интернете. Виральным контентом считается весёлый, невероятный, провокационный, полезный, редкий контент, согласующийся с мировоззрением пользователей.

Группа – тематическое сообщество, создаваемое пользователями в социальной сети для размещения материалов.

Интернет-сообщество – группа людей, которые общаются друг с другом в основном через интернет.

Кликбейт – контент, целью которого является получение дохода от онлайн-рекламы, особенно в ущерб качеству или точности информации; несоответствие аннотации, графической "обложки" и заголовка содержанию видеоролика.

Коллаборация, или сотрудничество – совместная деятельность в какой либо сфере двух и более человек или организаций для достижения общих целей, при которой происходит обмен знаниями, обучение и достижение согласия (консенсуса).

Контент – текстовый, фото-, видео- или аудиоматериал, который размещается в интернет-сообществе.

Лайк (от англ. слова "like" – нравится) – положительная оценка контента или комментариев к нему с использованием соответствующей символики.

Мем – любая идея, символ, манера или образ действия, которая носит вирусный характер, передаётся от человека к человеку вербально и невербально, а также с помощью самых разнообразных каналов связи, например, через социальные сети.

Отзыв – комментарий, который содержит упоминание о рекламируемом продукте или услуге, размещается в социальных медиа.

Отложенный постинг – возможность устанавливать время появления публикации от имени сообщества. Можно использовать для этого сторонние сервисы или внутренние механизмы социальных сетей.

Пост – публикация в сообществе, которая может состоять из текстовой, фото-, аудио- и видеoinформации.

Постинг – публикация контента в сообществе.

Публичная страница (наблик) – страница, созданная с целью предоставления информации об учреждении, бренде или на определенную тему. Доступ к странице открыт для всех, подписаться на новости могут все пользователи социальной сети.

Репост – действие, направленное на распространение понравившегося поста. Осуществляется при помощи специальной кнопки ("поделиться", "рассказать друзьям").

Софт (от английского жаргонного слова "Soft" – мягкий) – то же самое, что и программное обеспечение (ПО), только на компьютерном сленге, было сокращено от полного англоязычного термина Software ("Программное обеспечение"). Простыми словами, софт – это способ заставить оборудование (Hardware или "Hard" в значении "жесткий", или на русском сленге "железо") работать по заданным алгоритмам.

Тег, иногда тэг (от англ. tag "ярлык, этикетка, бирка; метить") – идентификатор для категоризации, описания, поиска данных по определенной теме; информативная метка в аудио- и видеофайлах для описания и поиска звукозаписей по автору, названию альбома и т. п.

Трафик – объем информации, передаваемой через компьютерную сеть за определенный период времени. Измеряется как в пакетах, так и в битах, байтах и их производных.

Троль, троллинг – форма социальной провокации в сетевой коммуникации, использующаяся как персонифицированными участниками, заинтересованными в большей узнаваемости, публичности, эпатаже, так и анонимными пользователями без возможности их идентификации

Флудить – писать большое количество одинаковых или практически одинаковых сообщений.

Фейк (от англ. подделка) – искусственно созданный аккаунт, за которым не числится реальный человек.

Хэштег – слово или словосочетание с использованием решётки (#). С помощью хэштегов можно найти все сообщения по определённой теме.

Видеохостинг YouTube и его возможности

YouTube появился 15 лет назад. Это детище трех бывших работников электронной платёжной системы PayPal: Чада Харли, Стивена Чена и Джаведа Карима. Они ушли из PayPal и искали новые возможности для бизнеса. По легенде, в январе 2005 года Чад и Стив организовали вечеринку. Джавед по каким-то причинам не смог прийти на праздник, поэтому друзья решили отправить ему видео. Безуспешно: файл оказался слишком большим для загрузки на сайты. У Чада Харли возникла идея создать сайт, на котором пользователи могли бы размещать видео для совместного просмотра. Друзья поддержали его и занялись совместным проектом.

14 февраля 2005 года парни зарегистрировали домен **YouTube.com** и вплотную приступили к его разработке. 23 апреля 2005 года Джавед Карим выложил на сайт первое пилотное видео из зоопарка в Сан-Диего. Его длительность составила 18 секунд. 22 ноября 2005 года Sequoia Capital инвестировал в видеохостинг 3 млн долларов, что позволило открыть публичный доступ к нему. Эта дата является официальным днем рождения сервиса YouTube.

Генератором идей, создателем дизайна, логотипа и интерфейса сайта стал дизайнер Чад Херли. Разработчики Стив Чен и Джавед Карим воплощали его задумки в жизнь и взяли на себя всю техническую часть. Изначально они работали в крохотном гараже, сняв офис в 2006 году. Сами пользователи предопределили судьбу сервиса, который стал площадкой для обмена видео. Если вы никогда не посещали сайт YouTube, то вы пропустили одно из самых горячих мест в сегодняшнем интернете. С момента начала работы он получил звание самого посещаемого видеохостинга в мире, одного из самых быстрорастущих сайтов в истории.

В июле 2006 года YouTube стал 5-м самым популярным сайтом в США со статистикой в 100 млн уникальных просмотров и 200 млн посетителей в день. В начале осени 2006 года основатели сервиса заключили несколько прибыльных контрактов на прямые трансляции. В это же время к видеохостингу начинает присматриваться компания Google. Она предложила троим разработчикам более 1,6 млрд долларов акциями за покупку их сервиса, и те согласились на сделку.

После поглощения Стив Чен и Джавед Карим покинули YouTube, но Чад Херли остался на посту генерального директора. Он оставил компанию только в 2010 году, но до этого времени являлся идейным и техническим консультантом сервиса.

На сегодня YouTube продолжает достигать успехов и считается самым крупным видеохостингом в мире. Есть прогноз, что вскоре он может занять место современного телевидения.

Интересные факты о YouTube:

- Первое название сервиса — Tune In Hook Up.
- Первый миллион просмотров собрало видео "Позолота" в сентябре 2005 года. В нем футболист Роналдиньо рекламировал бренд Nike.
- Тони Блер стал первым мировым лидером, который официально начал использовать YouTube (2007 год).
- Тони Блер
- Компания MySpace в попытках открыть собственный видеохостинг запретила ссылки на Ютуб. Но ей так и не удалось сделать успешным собственный сервис.
- Компания Universal Tube & Rollform Equipment (Utube.com) подала в суд на видеохостинг. Благодаря созвучности названий сайтов пользователи часто путали их и попадали на Utube.com, из-за чего ресурс просто становился недоступен. Иск не был удовлетворен, а компании пришлось сменить название на Utubeonline.com.
- Видеохостинг почти полностью написан на языке программирования Python.
- Сервис может автоматически распознавать 51 язык и создавать подписи для видео.

Возможности видеохостинга YouTube для библиотек

В условиях, когда читатели превращаются в удаленных пользователей, когда происходит глобальное отчуждение аудитории от традиционной книги, библиотекарям нужно найти новую модель взаимодействия с читателями. Необходимо активно позиционировать библиотеки на различных социальных

медиа-площадках. Чем чаще человек будет видеть в интернете информацию о деятельности библиотек, чем интереснее и актуальнее она будет, тем больше вероятность того, что он станет пользователем библиотеки или хотя бы подписчиком социальных медиа.

Непременное условие – наполнение своей страницы увлекательным контентом. Задача библиотек заключается в том, чтобы человек как можно чаще посещал именно библиотечные представительства в сети, черпал на этих страницах полезную, интересную, достоверную информацию, включался в диалоги с библиотекарями, постоянными пользователями и случайными посетителями, оставляя комментарии.

Видеохостинг YouTube, принадлежащий компании Google, занимает почетное место по популярности, его ежемесячно посещают более одного миллиарда человек. В настоящее время он эффективно используется многими учреждениями для продвижения своих услуг, в том числе библиотеками. Для библиотечного учреждения свой видеоканал на YouTube выполняет функции:

- дополнительного источника привлечения новых пользователей и их мотивирование к чтению;
- инструмента для самопрезентации библиотек, информирования пользователей об услугах, библиотечных проектах и мероприятиях, вовлечения в событийную активность библиотек;
- канала увеличения виртуальных посещений, переходов из социальных медиа на официальный сайт;
- площадки для неформальной коммуникации с реальными и потенциальными пользователями, отработки механизмов обратной связи;
- удобного сервиса для публикации видео, ведения трансляций с мероприятий.

Весь этот функциональный ряд направлен на то, чтобы люди знали, что такое современная библиотека. И чтобы им это объяснить, расширить границы библиотеки, выйти за пределы ее физической сущности, необходимо активно коммуницировать в интернет-пространстве. Коммуникации в Сети занимают огромное количество библиотечного времени и требуют определённой квалификации: необходимо уметь грамотно писать, выстраивать связи, создавать презентации и видеоролики, инициировать и поддерживать темы, отвечать на запросы.

Видеохостинг YouTube подходит библиотекам, которые хотели бы разместить в сети свой видеоархив, подкасты и презентации. Контент, размещенный в YouTube, можно встраивать в публикации на сторонних веб-сайтах и в других социальных сетях. Платформа YouTube рекомендует учитывать следующие требования к контенту:

- Видео должно иметь хорошее качество. Современный негласный стандарт платформы: 720-1080 p. Не рекомендуется публиковать фрагменты с "пересветами", пикселизацией и другими артефактами, если они не являются эстетическим элементом ролика или частью авторского замысла.

- Низкое качество звука, присутствие посторонних шумов и неразборчивая речь также негативно сказываются на просмотрах видео. Такие ролики платформа, вероятно, не станет активно продвигать и рекомендовать.

- Описание видеоролика не должно содержать произвольных текстов, спама, не относящихся к видео ссылок. Недопустим и "кликбейт".

Для общедоступных публичных библиотек важнейшая функция – предоставление широкого доступа к текстам и другим информационным ресурсам, то есть прямое и непосредственное участие в просвещении общества и его гуманитарном развитии. Чем чаще пользователь будет видеть интересную информацию о фондах библиотек, библиотечных событиях,

конкурсах, презентациях и других мероприятиях, образовательную и познавательную информацию, рекламу книг, тем больше вероятность того, что у него появится желание посетить библиотеку.

До появления глобальной сети, выбирая произведения для чтения, мы полагались на мнение друзей, близких, библиотекарей. Сегодня появилась возможность с помощью видеороликов, буктрейлеров рекламировать интересные книги на YouTube. Помочь подобрать книгу по душе – необходимый атрибут страниц библиотек в социальных медиа.

Появление актов, носящих нормативный или рекомендательный характер – важный шаг в решении проблем, связанных с деятельностью библиотек в социальных медиа. Как правило, ответственность перед коллегами и пользователями за создание и ведение групп и страниц в социальных медиа берут на себя руководители библиотек, несмотря на то, что наполнением контента занимаются библиотечные специалисты, имеющие разные должности и квалификацию.

Зачастую работа ведется методом проб и ошибок, решения принимаются по наитию или на основе опыта других библиотек. В связи с этим крайне необходимо разработать документы, содержащие ответы на многие вопросы, среди которых:

- какие документы должны регламентировать деятельность библиотеки в соцмедиа на разных уровнях;
- какие цели должна преследовать библиотека;
- каким должен быть контент и как часто должна обновляться информация;
- каким должен быть уровень квалификации сотрудников, ведущих блоги и страницы в социальных сетях;
- как осуществлять планирование деятельности этих сотрудников (в количественном и временном отношении);

- каковы критерии оценки эффективности проводимой работы.

Создание и продвижение библиотечного канала на YouTube

Создать свой библиотечный канал на YouTube – это очень просто. Если у вас есть почта Google, то достаточно зайти на YouTube и зарегистрироваться, так у вас появится свой канал. Если нет, необходимо завести бесплатную почту от компании Google – Gmail.

Пошаговая инструкция создания своего канала на YouTube

- Перейдите на сайт YouTube и войдите под логином и паролем Вашей Gmail почты

- Регистрация канала библиотеки – создать канал на YouTube можно двумя способами:

1–й способ. Создать канал под личным именем пользователя Google (личный канал). В этом случае в качестве названия канала будет использоваться имя пользователя Google (например, Татьяна Иванова), управлять каналом (добавлять видео, редактировать информацию и т.п.) сможет только пользователь, создавший его.

2–й способ. Создать канал (канал бренда), связанный с аккаунтом учреждения (с помощью сервиса +страницы Google). Чтобы зарегистрировать канал бренда, посмотрите видео с подробной инструкцией по ссылке: <https://youtu.be/GY1L8WG13Pg>

- Придумайте интересное название для канала (с ключевым словом).
- Сделайте оформление канала (логотип / баннер).
- Начните записывать видео и размещать их на своем канале.

Если вы хотите создать популярный канал, вам придется постараться и обратить внимание на следующие компоненты:

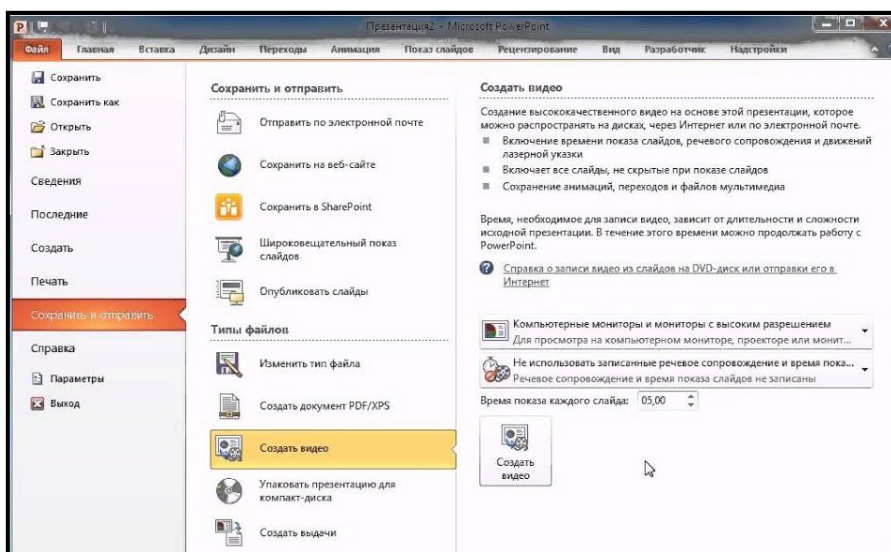
- *Статистика*

Если вы создали свой канал, то вам не обойтись без статистики. Только с ее помощью вы сможете понять, кто смотрит ваши видео и когда они это делают. Рекомендуется использовать сторонние сервисы. Отзывы о сервисах вы можете найти здесь <https://otzyvmarketing.ru/best/statistika-YouTube-kanalov/>.

- *Видеоролики*

Прежде чем снимать контент, нужно определиться с софтом. Создание видео – творческий процесс, поэтому для реализации задумки вам понадобятся специальные программы. С их помощью можно будет монтировать и оформлять ролик, а также добавлять спецэффекты.

Видеоролики можно создавать с помощью программы подготовки презентаций PowerPoint 2010. Для созданной презентации необходимо через "Сохранить и отправить" выбрать "Создать видео".



- *Видеоредакторы*

Видеоредактор – самый важный инструмент, именно в нем видео нарезается и склеивается. Для новичков подойдут простые редакторы типа

VirtualDub или Movavi Video Editor. Они позволяют собрать одну дорожку из нескольких роликов. У них простой и понятный интерфейс – совокупность средств, методов и правил взаимодействия (управления, контроля и т.д.) между элементами системы.

- *Аудиоредакторы*

Аудиоредакторы нужны для настройки качественного звука. Чтобы наложить и обрезать музыку, а также изменить её громкость, достаточно простого Wave Editor. Наложить звуковые эффекты, ускорить дорожку и очистить от шумов поможет бесплатный Audacity.

- *Графические редакторы*

Графические редакторы понадобятся, чтобы работать с изображениями. Этими программами вы будете пользоваться не так часто, как предыдущими, но знать о них нужно. Графические редакторы помогут сделать оригинальную заставку для видеороликов и обложку для канала.

- *Программы для захвата экрана*

Программы для захвата экрана пригодятся тем, кто собирается снимать видеоуроки. Если нужно показать что-то на экране компьютера, просто включите UVScreenCamera или Camtasia. С помощью этих редакторов вы сможете записать видео с экрана, а затем отредактировать его.

- *Программы для создания анимации и 3D-графики*

Программы для создания анимации и 3D-графики нужны не всем. Если не хотите усложнять работу и внедрять в ролик 3D-эффекты и анимацию, можете пропустить этот пункт.

Чтобы познакомиться с условиями и правилами использования сервиса YouTube, обратитесь к следующим электронным ресурсам:

- Условия использования сервиса YouTube:

<https://kids.YouTube.com/t/terms>

- Принципы сообщества YouTube:

<https://support.google.com/YouTube/answer/9288567?hl=ru>

- Соблюдение авторских прав на YouTube:

<https://www.YouTube.com/intl/ru/about/copyright/#support-and-troubleshooting>

Пошаговый план увеличения просмотров на YouTube:

- Выкладывайте видео регулярно, без длительных перерывов. (1 видео в неделю / видео каждый день или свой вариант).
- Перед загрузкой видео дайте файлу видео понятное название с ключевым словом.
- Назовите само видео на YouTube заголовком с призывом (Смотри/Узнай и т.п.) и с ключевым словом.
- Составьте описание, о чём ваше видео, используя ключевые слова (хотя бы на 300 символов).
- Добавьте под текстом описания ссылки на другие видео с вашего канала (перед ссылкой напишите кратко, о чем будет видео, например, название ролика)
- Добавьте теги видео в специальную область. Теги видео – это ключевые слова. Нельзя писать теги, которые не относятся к теме видео.
- Разместите видео в подходящий плейлист (или несколько). Название плейлиста также должно быть с ключевым словом.
- Добавляйте на видео подсказки и конечные заставки.
- Добавьте обложку на видео. Не нужно использовать кадр из видео, лучше создайте узнаваемый дизайн для всех своих видео.
- Добавьте субтитры на видео (можно заказать на фрилансе). Сначала на языке видео, а затем можно заказать и перевод на другие языки.
- После размещения видео напишите первый комментарий от лица канала и закрепите его. В комментарии можно задать вопрос зрителям или написать призыв, чтобы они сами задавали вопросы.

- Разместите видео на тематических сайтах и в группах в соцсетях.

Не пользуйтесь автоматическими сервисами, договаривайтесь с каждым ресурсом персонально.

- Рекламируйте свои видео с помощью Google Рекламы
- Проводите коллаборации с другими видеоблогерами.

Хотите больше советов, как развивать свой видеоканал на YouTube?

- Присоединяйтесь к бесплатной школе видеоблогеров на сайте: <https://www.YouTube.com/channel/UCi7vZz6ylCpB8FOYToeXzTA>

- Посмотрите серию уроков по созданию и обслуживанию каналов на YouTube "Познай YouTube от А до Я":

https://www.YouTube.com/watch?v=Nj_kl0-mntA

Контент библиотек "ЦБС г. Сочи" на YouTube как отражение деятельности по продвижению книги и чтения

Посещение интернета на сегодняшний день занимает большую часть жизни множества людей. Все мы узнаем информацию в глобальной сети и обмениваемся ею во множестве социальных медиа, именно поэтому широкую популярность и высокие рейтинги просмотров приобретает продвижение какого-либо контента в онлайн-сервисах. Социальные медиа рассматриваются как дополнительный канал присутствия библиотеки в информационном пространстве, который библиотеки давно и активно используют для своего позиционирования.

Канал "ЦБС г. Сочи" на YouTube появился 24 июня 2015 года, в 2020 году в связи с переходом библиотек на работу в онлайн-формате деятельность на канале значительно активизировалась. 21 марта 2020 началась реализация проекта управления культуры администрации города Сочи на YouTube-канале "НЕреально культурно". Библиотеки ЦБС г. Сочи

стали активными участниками данного проекта. Наши виртуальные мероприятия – теперь неотъемлемая часть городской культурной жизни.

Собственный видеоканал "ЦБС г. Сочи" на YouTube – это очень важное средство продвижения для библиотек и талантливых библиотекарей. Это средство для формирования мнения о библиотеках, площадка для продвижения библиотечных услуг, способ взаимодействия. На данный момент на YouTube представлено 134 видеоролика (около 40 тысяч просмотров).

Наиболее активно на канале работают специалисты центральной городской библиотеки, центральной детской библиотеки, библиотеки №1 им. А.С. Пушкина, библиотеки семейного чтения №2. Технические работы выполняет специалист отдела электронных ресурсов Антон Никитин. Сочинские библиотекари выкладывают в сеть видео самой разной тематики, отдавая предпочтение краеведению. Регулярно появляются видеоролики методиста организационно-методического отдела ЦГБ Дианы Харьковской, созданные на основе краеведческой информации, подготовленной специалистами информационно–библиографического отдела Юлией Машановой и Светланой Поповой.

Многие события, акции и мероприятия библиотек ЦБС города Сочи в 2020 году были представлены на видеохостинге YouTube (полный список видеороликов с краткими аннотациями в Приложении).

Среди наиболее интересных и значимых можно отметить:

Всероссийская акция "Библиночь-2020", посвященная 75-летию Великой Победы, в библиотеках ЦБС г. Сочи включала сетевые акции "Ленточка нашей памяти", "От нас уходят ветераны", городской челлендж "Весна Победы. Сочи", поэтический челлендж "Поэзия.ru", онлайн-проект "Страницы Великой Победы" (библиотека №1). На канале YouTube были размещены: видеопоздравление с Днем Победы "Сквозь года звучит наша

Победа" (автор И.М. Хвостенко, заместитель директора ЦБС), погружившее зрителей и слушателей в мир фронтовой поэзии и музыки, видеопрезентации "Герой моей семьи в истории Великой Победы" (видеорассказ И.М. Хвостенко о своем дедушке А.Т. Кастрикине, прошедшем всю войну и погибшем накануне Победы, 26 мая 1945 года в Чехословакии), циклы видеороликов "Солдаты Победы. Сочинцы – Герои Советского Союза", "Сочи – город-госпиталь" (Д. Харьковская совместно с информационно-библиографическим отделом), видеодосье "В небе ночные ведьмы", посвященное женщинам-летчицам и Герою Советского Союза сочинке Е.А. Жигуленко (специалисты ЦДБ им. Н. Островского).

Накануне 75-летия Великой Победы публиковался цикл видеобесед с заведующей абонементом центральной городской библиотеки ЦБС г. Сочи заслуженным работником культуры Кубани Г.П. Каракчиевой "2020 секунд чтения – книг и фильмов переплетение" на тему: "Сражались, верили, любили..." (Читаем книгу – смотрим фильм, или наоборот). Автором видеороликов было предложено вспомнить книги, рассказывающие не просто о войне, а в первую очередь о людях, которые и в окопах, и под пулями не только сражались, но верили и любили, а также кинофильмы, снятые по этим произведениям.

Акция "Вначале было Слово", посвященная Дню славянской письменности и культуры и общероссийскому Дню библиотек, включала два цикла мероприятий: акция-посвящение "День письменности и культуры" и онлайн-марафон "Мы служим КНИГЕ!". На канале YouTube демонстрировался видеоролик, посвященный Дню славянской письменности и культуры.

Праздничный онлайн-марафон "Мой солнечный Сочи – гордость моя", был посвящен Дню города Сочи. На канале ЦБС г. Сочи d YouTube транслировались видеоролики с познавательной информацией, посвященной

городу Сочи, а также с поэтическими и музыкальными видеопоздравлениями.

Пушкинский день в Сочи "Что в имени тебе моем...". К этому дню были подготовлены и размещены на канале YouTube видеоролики о жизни и творчестве поэта "Я говорю о Пушкине: поэте...", "Нет, весь я не умру", "Творец тебя мне ниспослал", "Кавказ в жизни и творчестве Пушкина", "Пушкин и Сочи", "Пушкин на Кубани", "Фантазия-быль "Однажды в читальном зале", "221 год со дня рождения А.С. Пушкина".

Кроме перечисленных мероприятий большой интерес вызвали циклы видеороликов, посвященные водным богатствам России, исследователям Черноморского побережья Кавказа, истории, памятникам природы и достопримечательностям города Сочи.

Центральная детская библиотека имени Н. Островского города Сочи и детские библиотеки ЦБС создают видеоролики для YouTube с мастер-классами в рамках работы летней досуговой онлайн площадки "Лето в книжном переплёте": мастер-класс "Инопланетянин", мастер-класс "Маракасы", мастер-класс по созданию текстильной куклы.

Интернет занимает значительное место в жизни каждого из нас, следовательно, библиотеки должны использовать все имеющиеся у них возможности для того, чтобы заинтересовать пользователя, установить с ним диалог, привлечь его в библиотеку, в том числе в блогосферу и социальные медиа. Сочинские библиотекари солидарны с сообществом "Российская государственная библиотека", выбравшим основным искренним посылом для себя слова: "Мы всегда тут, мы постараемся, чтобы вам было хорошо, мы вас ждём и будем рады вас видеть". Нужно не приглашать посетить библиотеку, надо позвать в гости. И сделать это можно с помощью социальных медиа, в том числе с помощью YouTube.

СМОТРИТЕ И СЛУШАЙТЕ НАС

– на канале YouTube: ЦБС г. Сочи:
<https://www.YouTube.com/channel/UCndI4evNtAARFXHbo1eo>.

Технологическая инструкция по работе на YouTube

Данная инструкция для видео на видеохостинге YouTube, которое адресовано детям и носит только информационный, не коммерческий характер!

Чтобы можно было выкладывать видео в YouTube, необходимо зарегистрироваться в данном сервисе.

Также необходима электронная почта (E-mail) google.com.

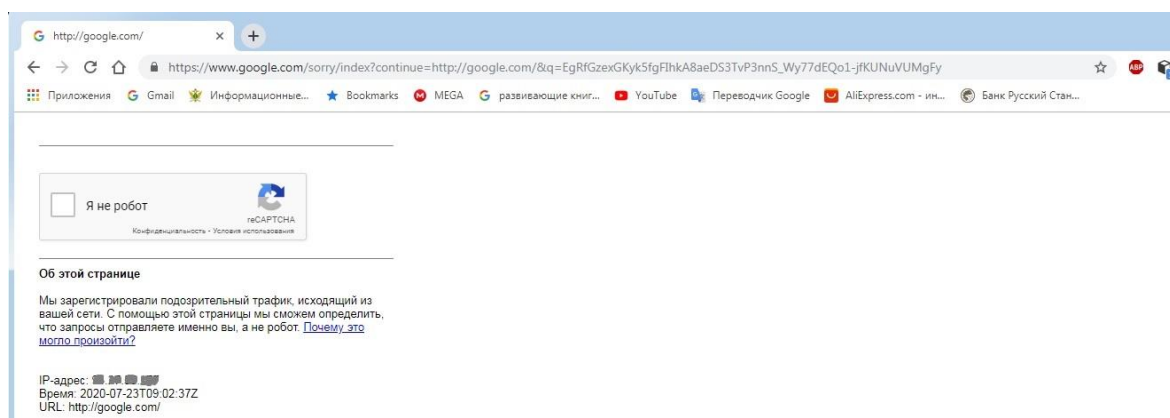
YouTube и Google взаимосвязаны, что очень удобно.

Если есть E-mail google.com, то первый пункт: создание аккаунта на google.com (создание E-mail на google.com) пропускаете.

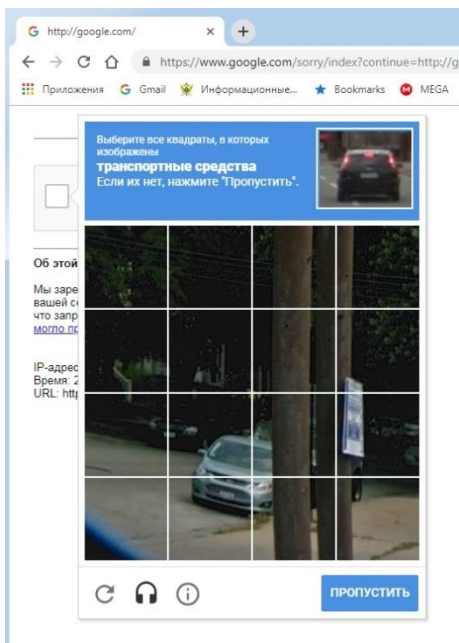
1. Начинаем с создания аккаунта в почтовом сервисе google.com.

В любом браузере (google; mozilla; opera и т.д.) в верхней строке наберите google.com и нажмите Enter как показано на рис.:

Может сразу перейти на google.com, а может появиться следующее:

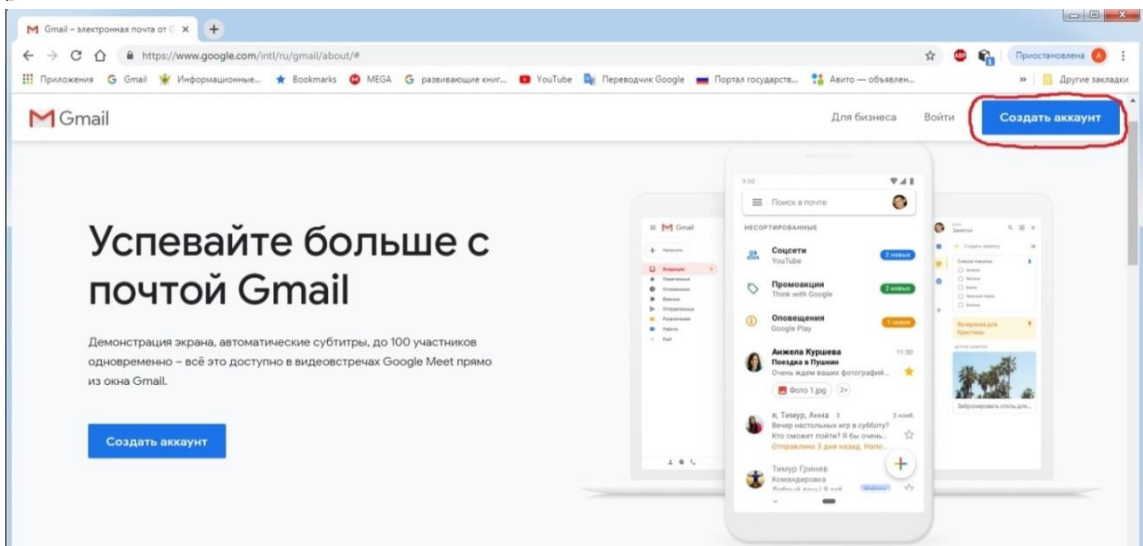
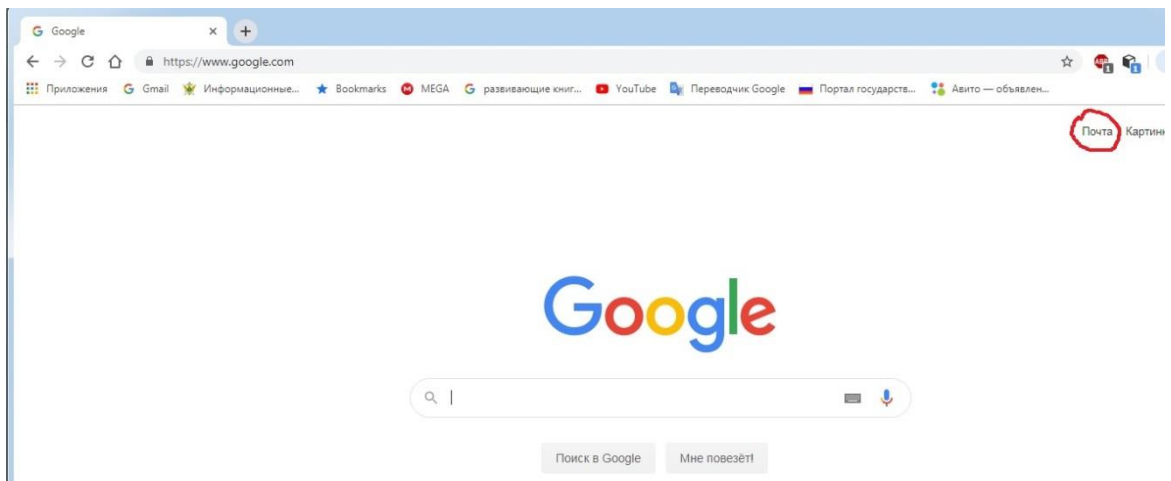


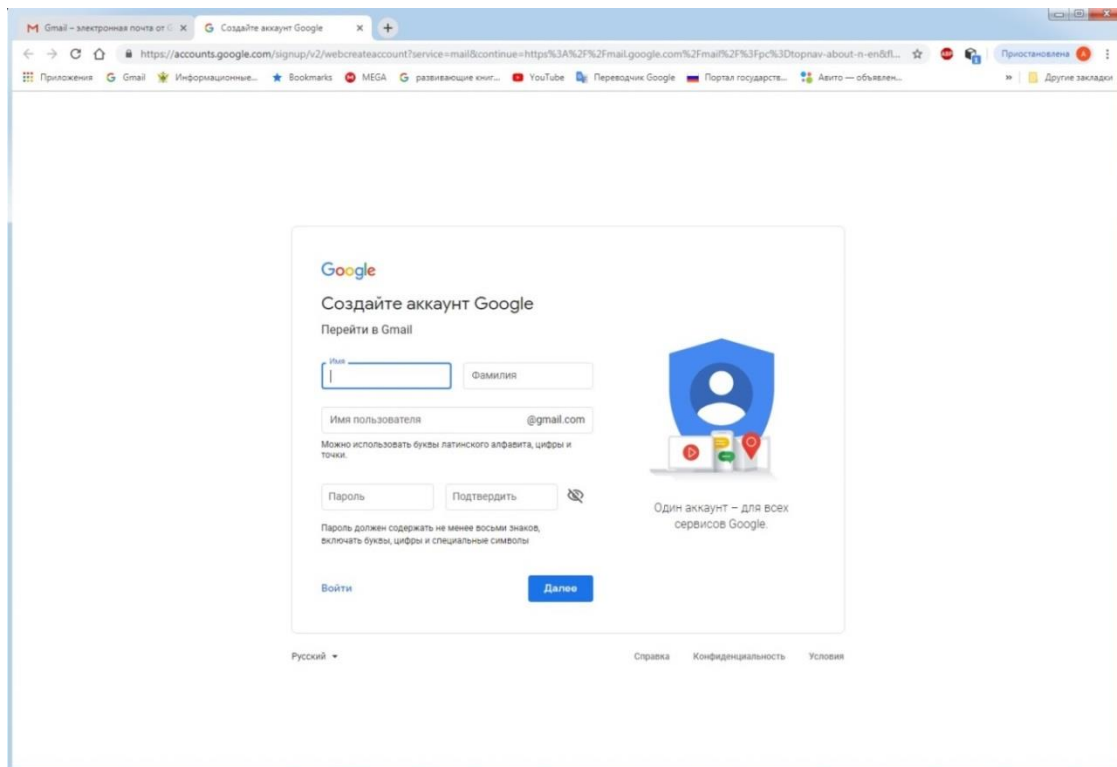
Кликаем по квадратику рядом с "Я не робот". Можем сразу перейти на страницу google.com, а может появиться следующее, как, например, на рис.:



Проходим проверку (обычно быстро: 10–15 сек.), выполняем условие, которое указано. После чего на странице google.com кликаем "Почта" (красным отмечено на рисунке):

На появившейся странице кликаем "Создать аккаунт" (красным отмечено на рисунке), появляется страница "Создайте аккаунт Google".





Допустим, организация: Библиотека №35 город Сочи.

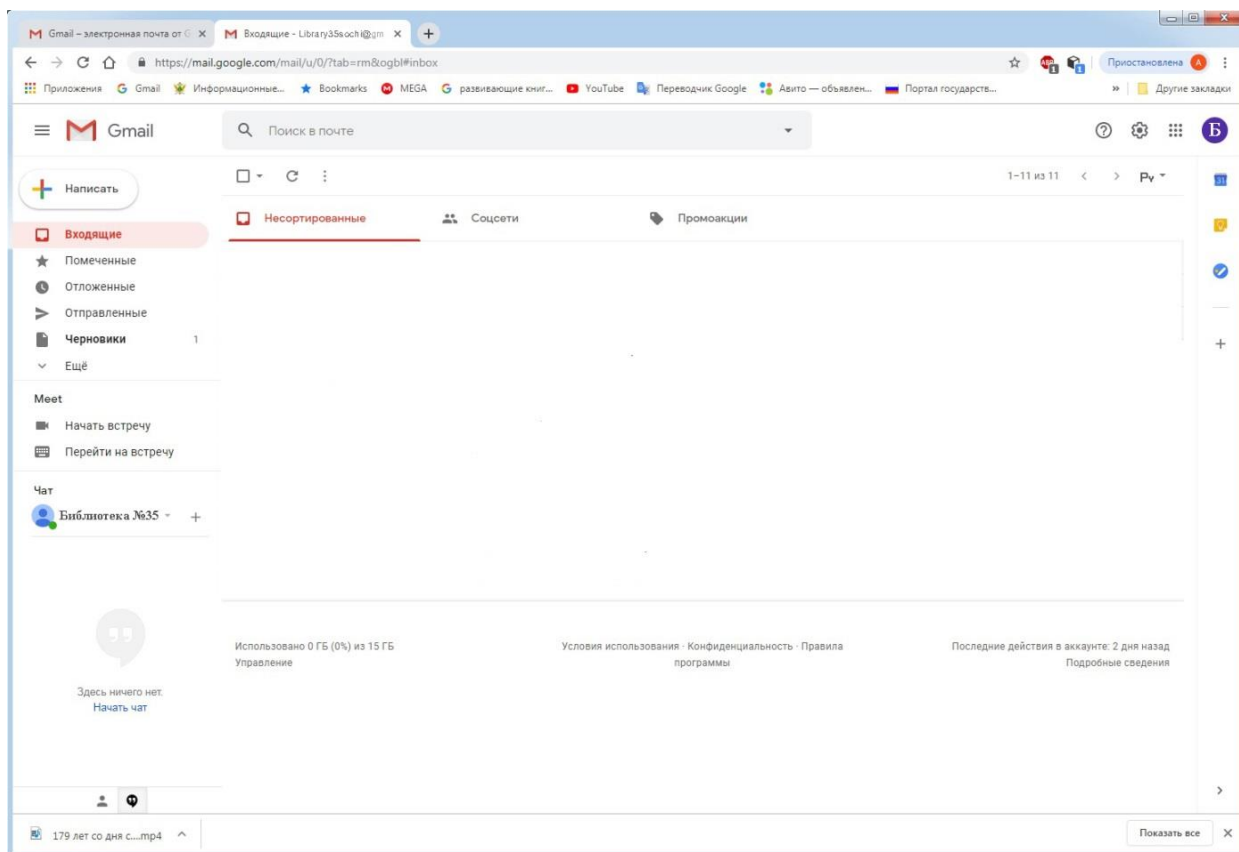
В поле "Имя": Библиотека №35. В поле "Фамилия": город Сочи. В поле "Имя пользователя" (заполнять латинскими буквами) – как можно более созвучное с названием организации (в данном примере, Библиотека №35) – это будет E-mail Библиотеки №35, например: Library35sochi. В поле "Пароль" (заполнять латинскими буквами) – соответственно с указанными условиями. Рядом в поле подтверждаете (снова вводите) пароль. Можете кликнуть значок "Показать", чтобы видеть, что заполняете правильно.

ОБЯЗАТЕЛЬНО ЗАПОМНИТЕ: ЗАПИШИТЕ СОЗДАННЫЕ "ИМЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ" (E-MAIL) И ПАРОЛЬ!!!

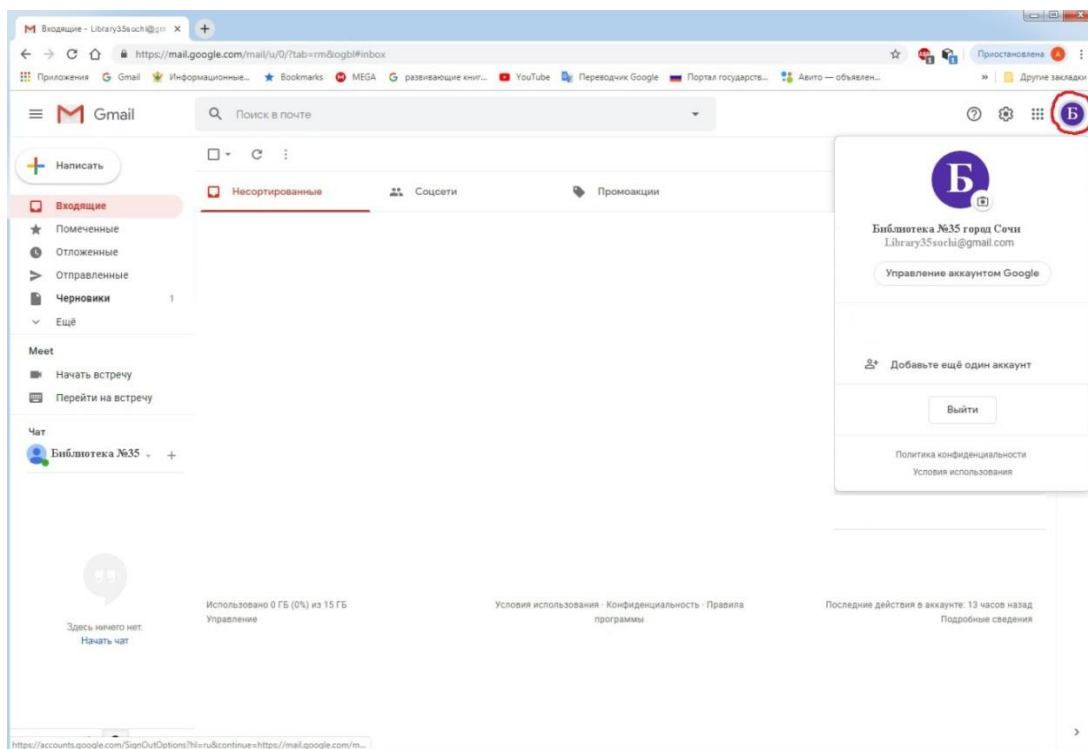
Кликаем "Далее".

Могут отображаться какие-либо напоминания: конфиденциальность или укрепление защиты и т.д. Поскольку подобное не обязательно, то пропускается: в зависимости от того, какие кнопки, кликается: либо "ОК", либо "Отмена", либо "Пропустить", либо "Напомнить позже" и т.д.

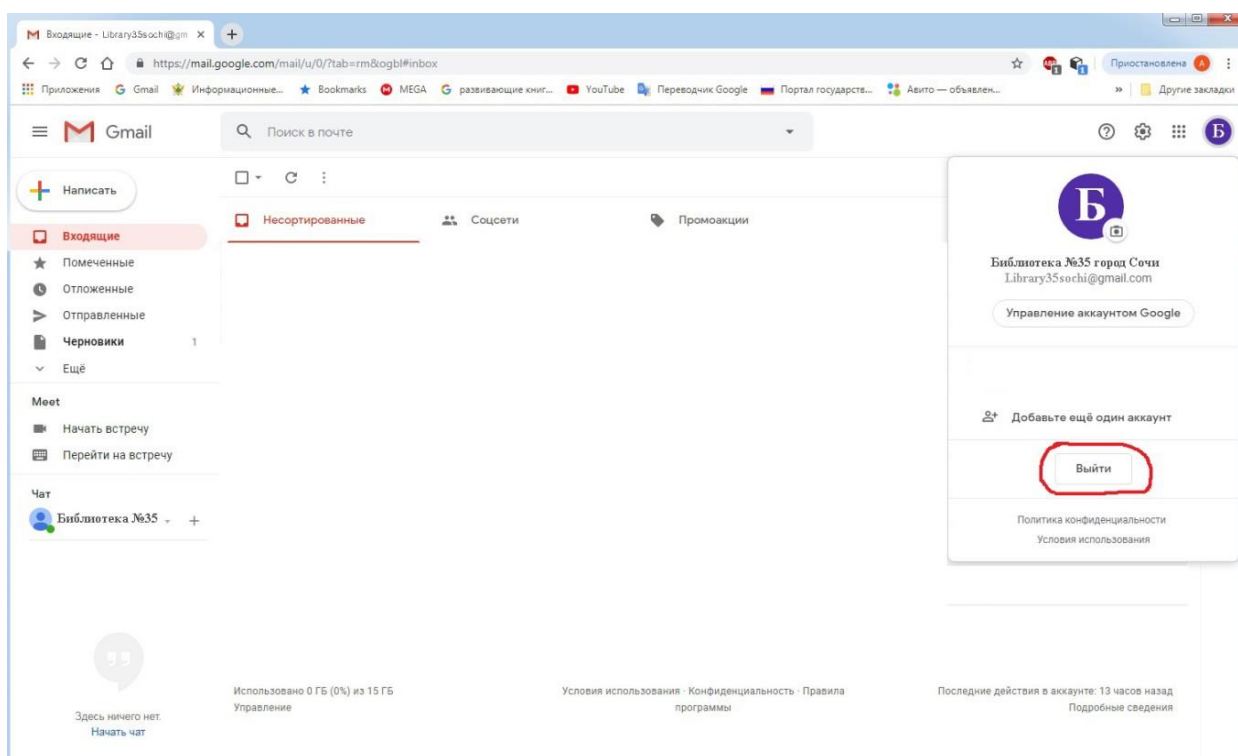
Открывается страница с созданным E-mail подобного вида:



Аккаунт на google.com (E-mail) создан. Выходим из почты: кликаем по цветному кругу с буквой (буква – первая в имени, не в имени пользователя), в данном примере Б (красным отмечено на рисунке):



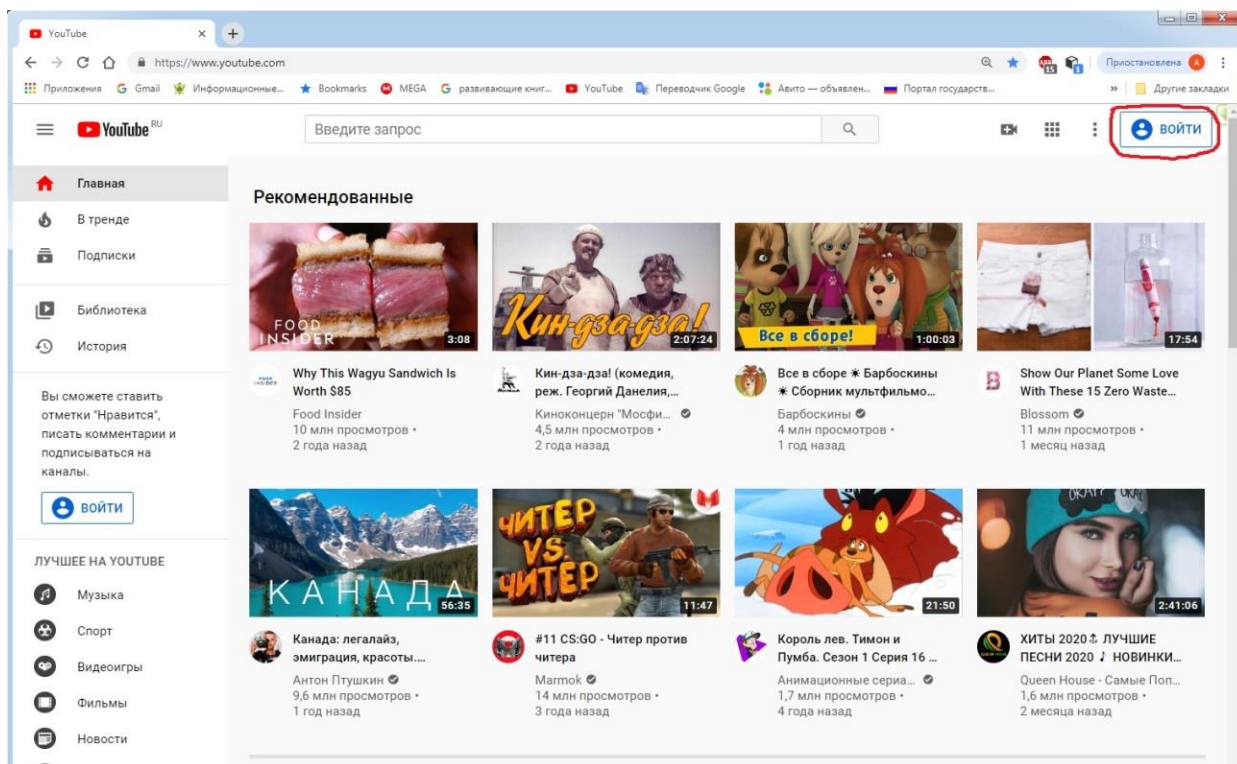
И в появившемся меню кликаем "Выйти" (красным отмечено на рисунке):



В последующем, чтобы зайти в почту, на странице google.com кликаем "Почта", выбираем аккаунт (он же созданный E-mail). Кликаем по данному E-mail (аккаунту), в появившемся следующем окне заполняем пароль и нажимаем Enter. Вошли в почтовый ящик (E-mail; аккаунт).

Теперь работа в YouTube.

В любом браузере (google; mozilla; opera и т.д.) откройте страницу YouTube.com. Можно так: в верхней строке наберите YouTube.com и нажмите Enter. Можно любым другим способом. Кликаем "Войти" (красным отмечено на рисунке):

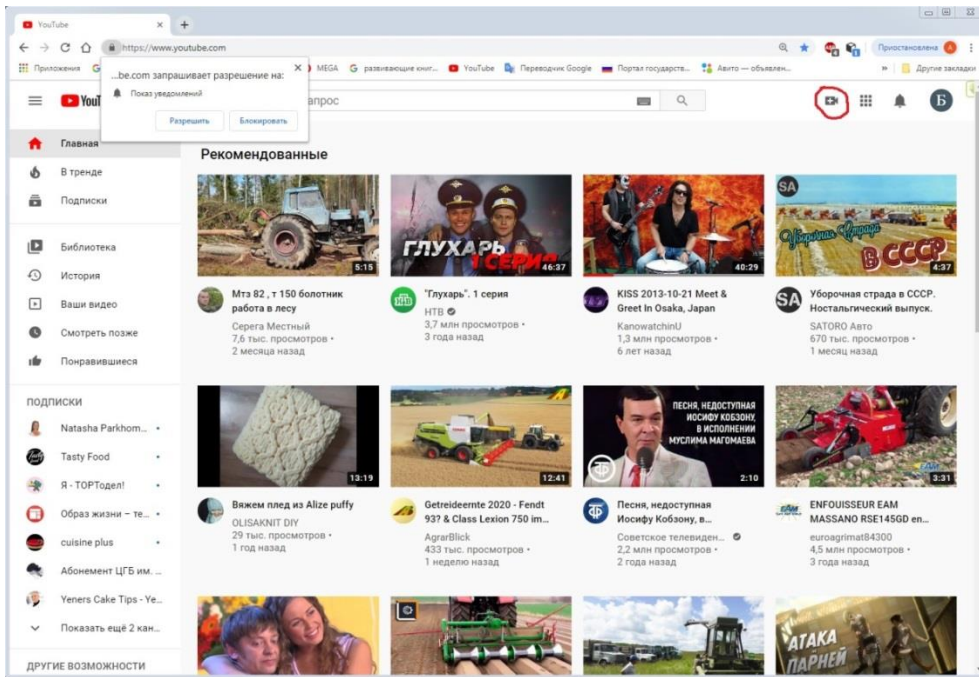


Появляется такая же страница, как и при входе в E-mail google.com: выберите аккаунт и созданный E-mail. Входим в YouTube так же, как и в почту google. Кликаем по созданному E-mail (аккаунту), в появившемся следующем окне заполняем пароль и Enter.

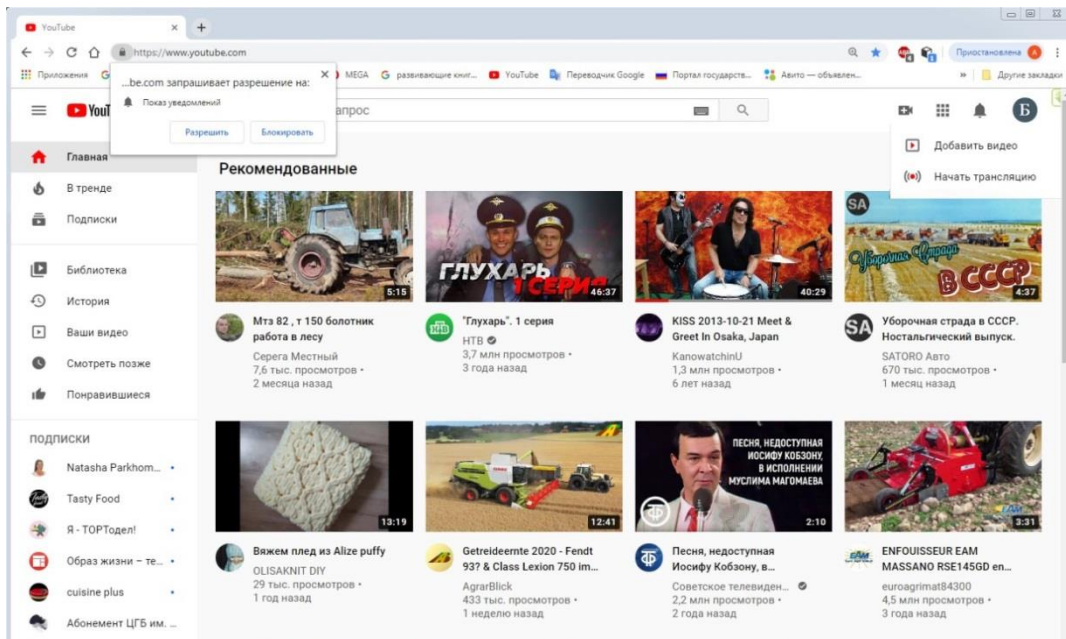
Вошли в YouTube. Это так называемый канал, в данном случае Библиотеки №35 города Сочи.

Закрываем разрешение на уведомления: крестик (x) или заблокировать.

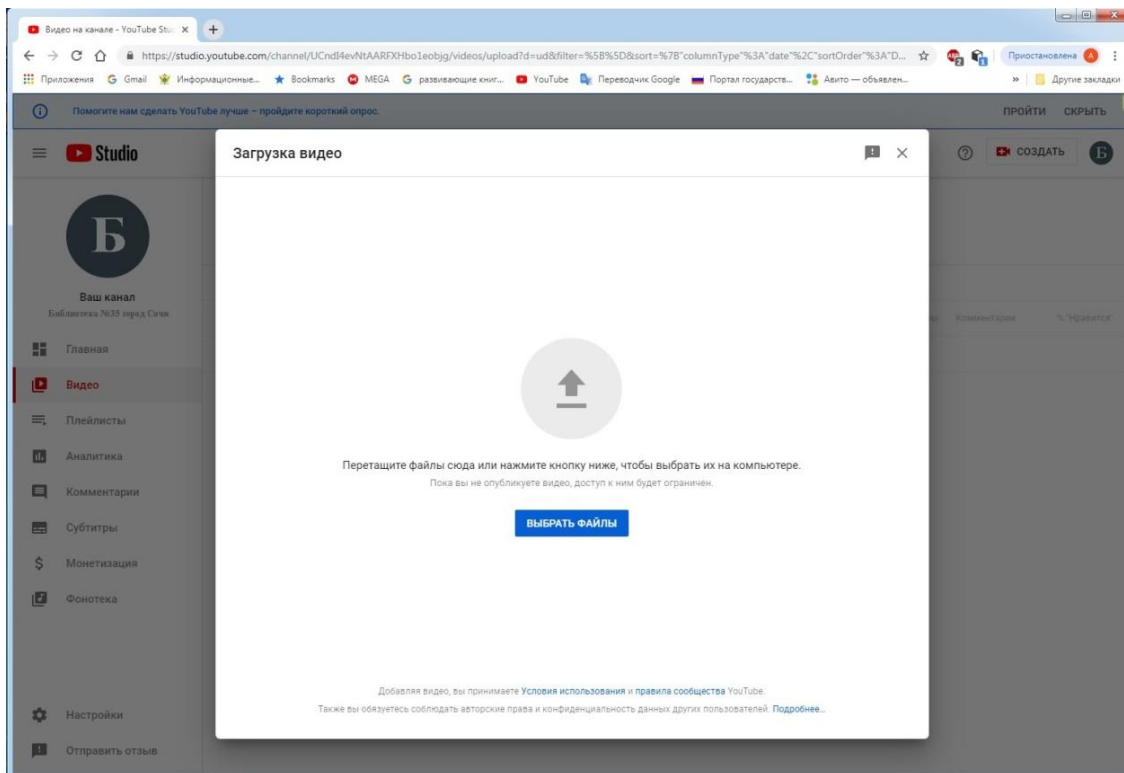
Для того чтобы выложить (залить, разместить и т.д.) видео в YouTube, кликаем значок "Создать" в виде кинокамеры (красным отмечено на рисунке):



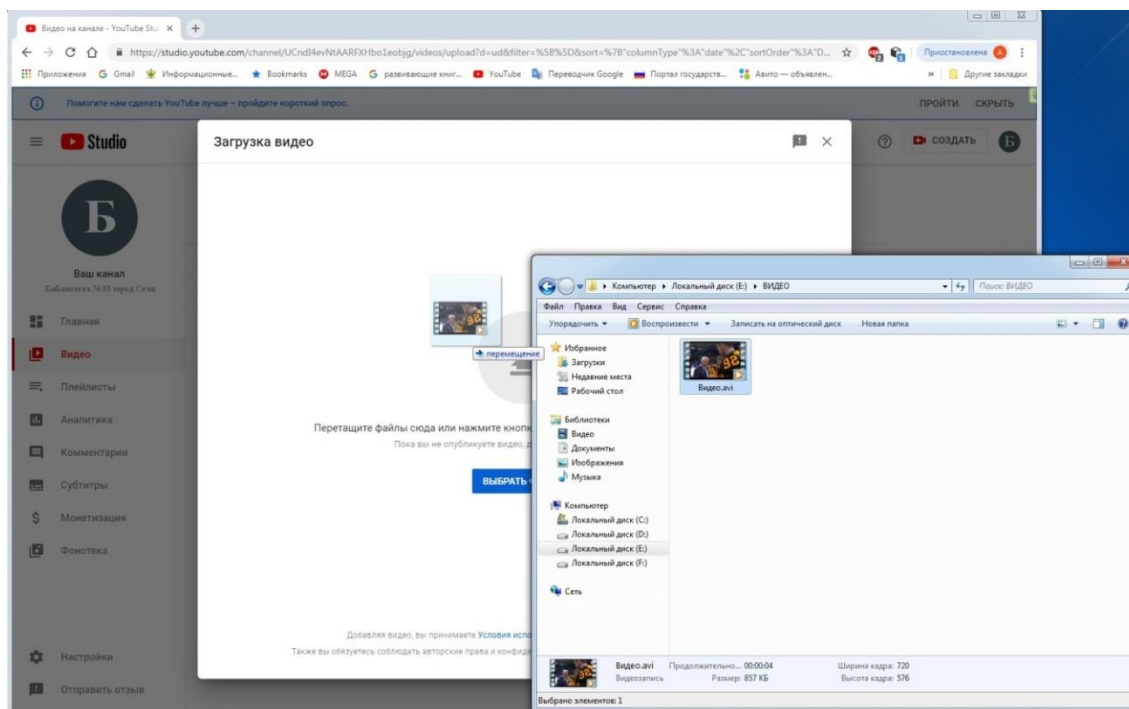
В появившемся меню кликаем "Добавить видео":



Появляется окно:



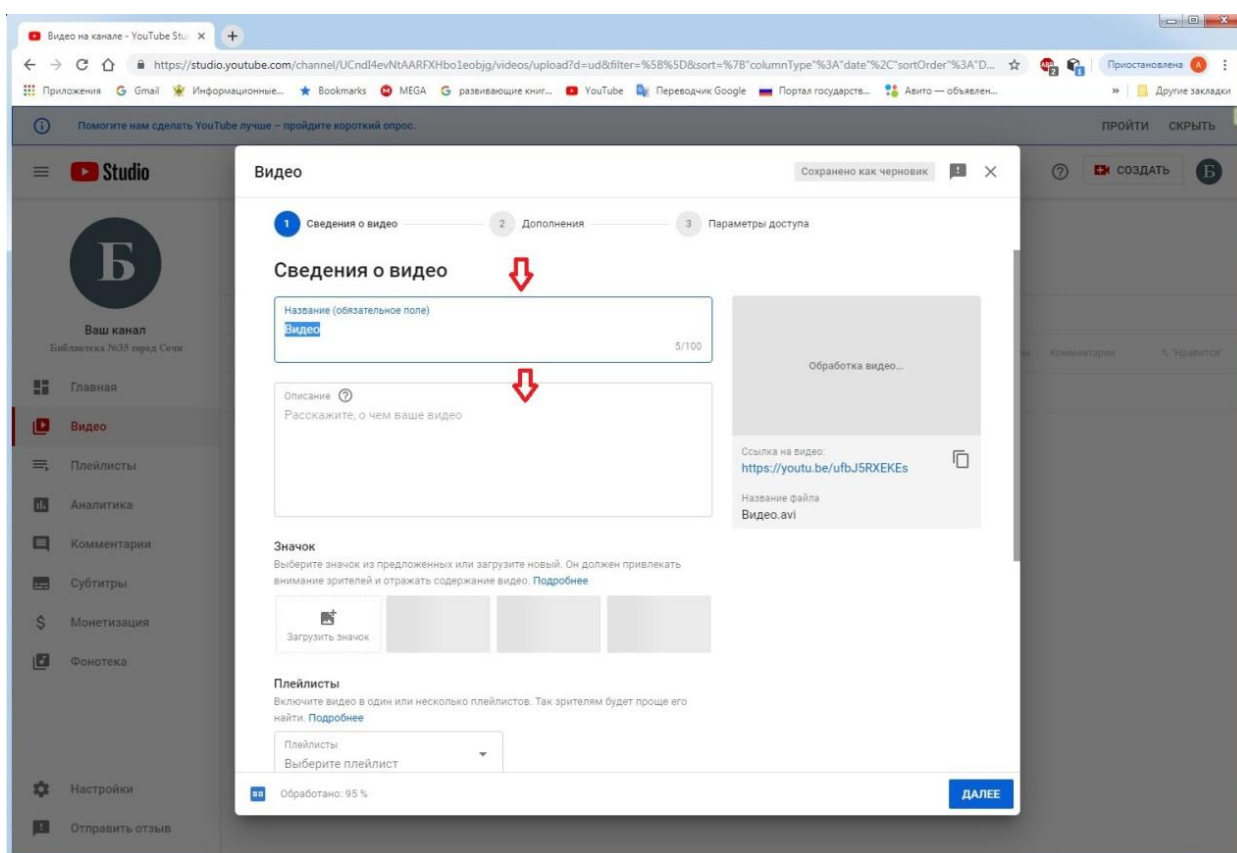
Можно перетащить файлы из проводника или с рабочего стола компьютера или кликнуть "Выбрать файлы", и в открывшемся диалоговом окне выбрать нужный видеофайл:



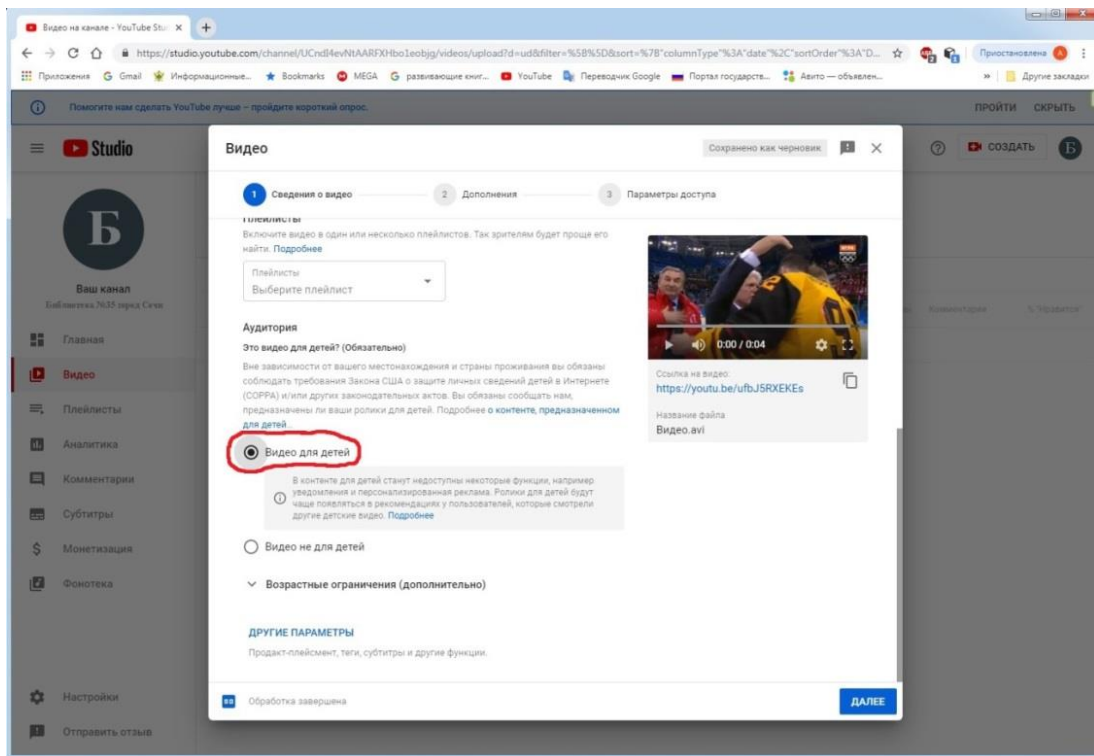
Через несколько секунд появляется окно оформления загружаемого видео. Красными стрелками на рисунке показано, какие поля заполняем.

Название загружаемого видео – то, что будет видно вместе с preview (ниже будет описано) видео. Для лучшего понимания, название – краткое, емкое, в пределах одной строчки.

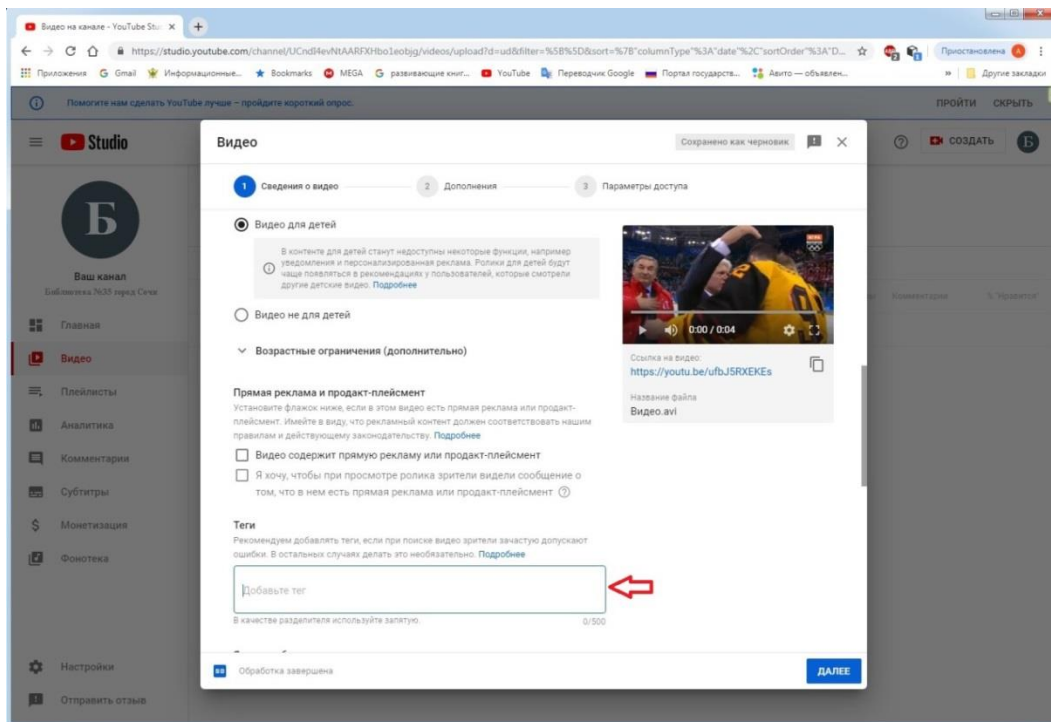
Описание загружаемого видео – то, что будет видно при непосредственном просмотре видео. Вкратце описываем, что в этом видео. В этом же поле указываем хештеги.



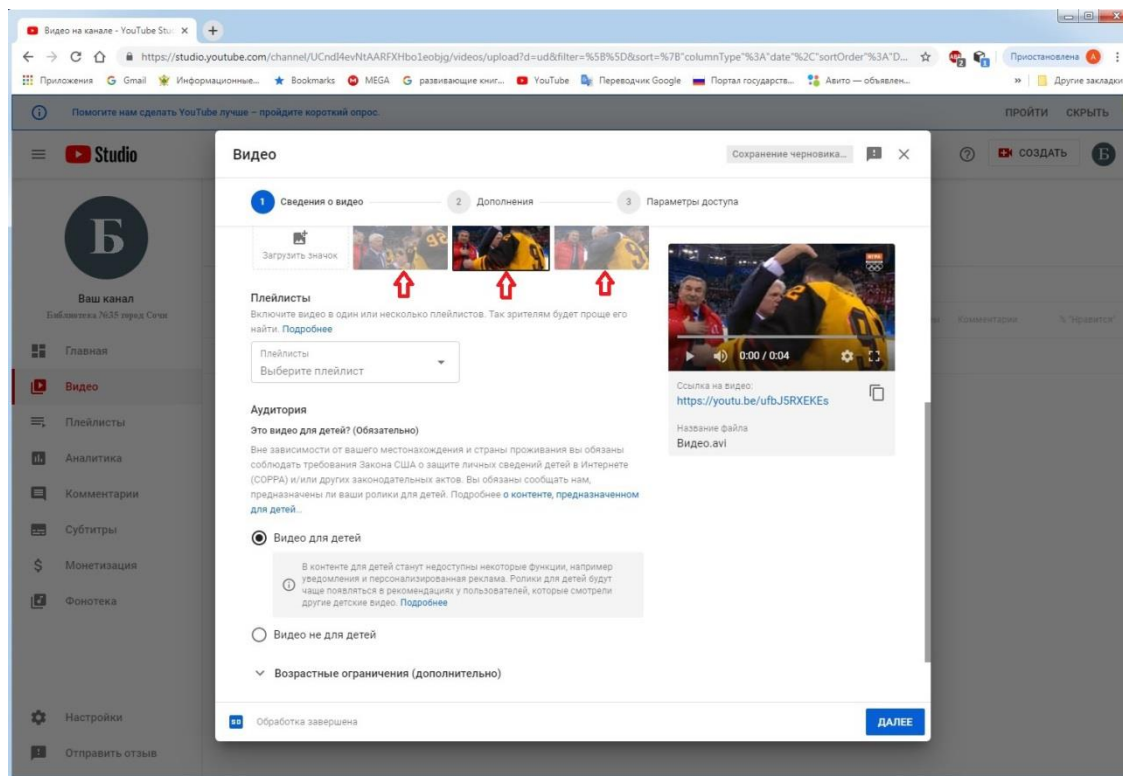
Ниже пролистываем (прокручиваем колёсиком мышки) это окно и ставим точкой мышкой (активируем) "Видео для детей" (красным отмечено на рисунке):



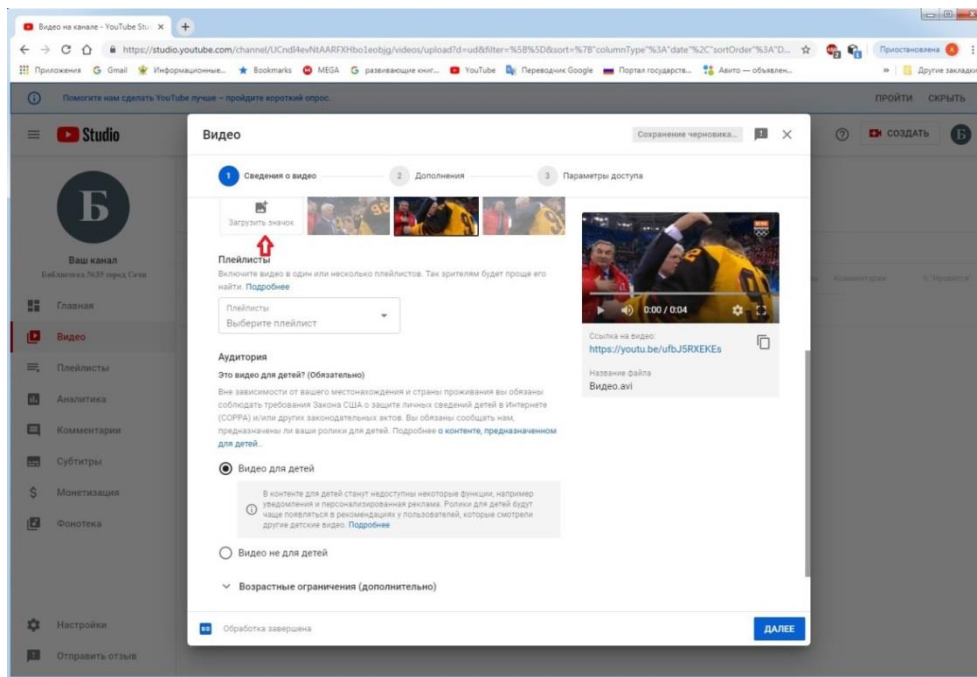
Ещё ниже пролистываем (прокручиваем колёсиком мышки) это окно и прописываем теги (поле для тегов отмечено красной стрелкой на рисунке). Теги – знаковые, ключевые слова, характеризующие видео. Теги лучше прописывать – больше шансов, что видео будет быстро находиться при поиске.



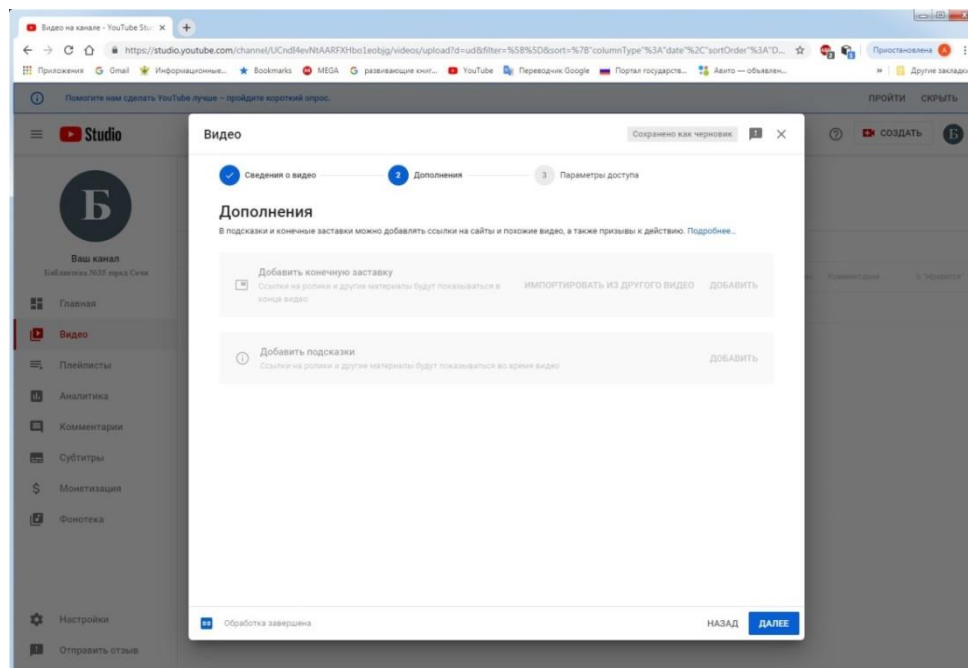
Пролистываем это окно обратно наверх. К этому времени видео обработано YouTube (конечно, это зависит от объема загружаемого видео). Появятся три preview картинки, из которых выбираем более подходящую (красными стрелками показаны на рисунке):



Если ни одна из них не устраивает, то делаем следующее. В компьютере открываем (запускаем) это видео и делаем скриншот подходящего кадра: ставим на паузу в видеоплеере и кликаем Print Screen наверху клавиатуры. Открываем программу Paint (или любую другую программу, работающую с графикой) и вставляем кнопкой "Вставить" или комбинацией клавиш на клавиатуре Ctrl + V. Обрезаем как нужно и сохраняем в компьютере в формате .jpg. Теперь в браузере (YouTube), в окне загружаемого видео кликаем "Загрузить значок" (красной стрелкой показано на рисунке) и в открывшемся диалоговом окне выбираем сохраненную картинку (скриншот).

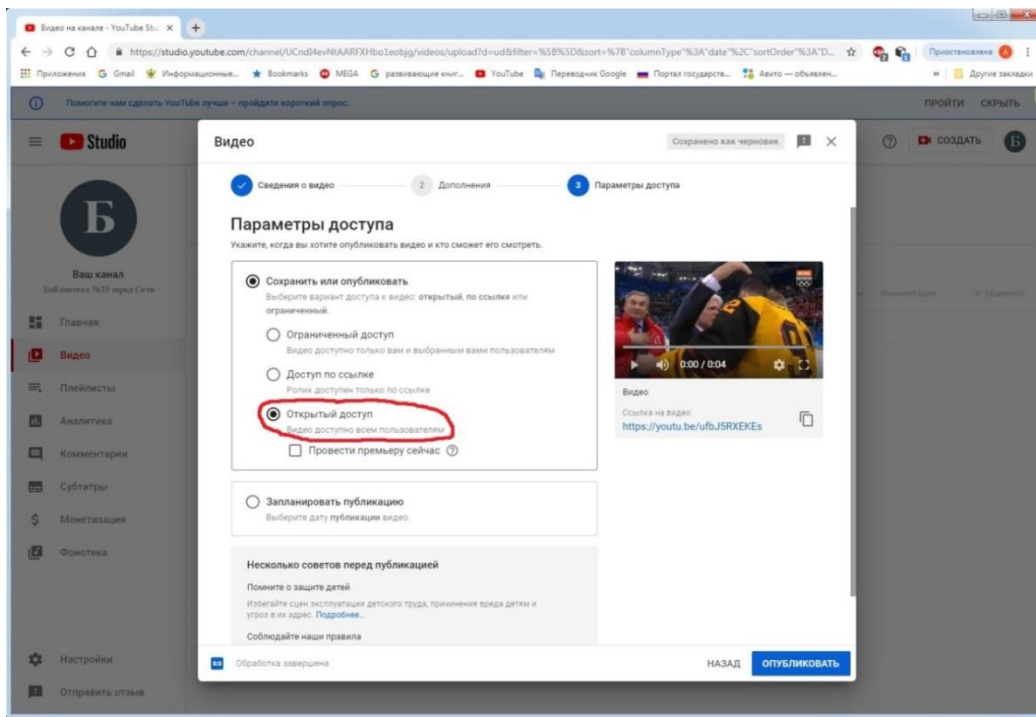


Preview – картинка предварительного просмотра, характеризующая видео. Кликаем "Далее" (белым на синем фоне; внизу справа) – открывается страница "Дополнения":

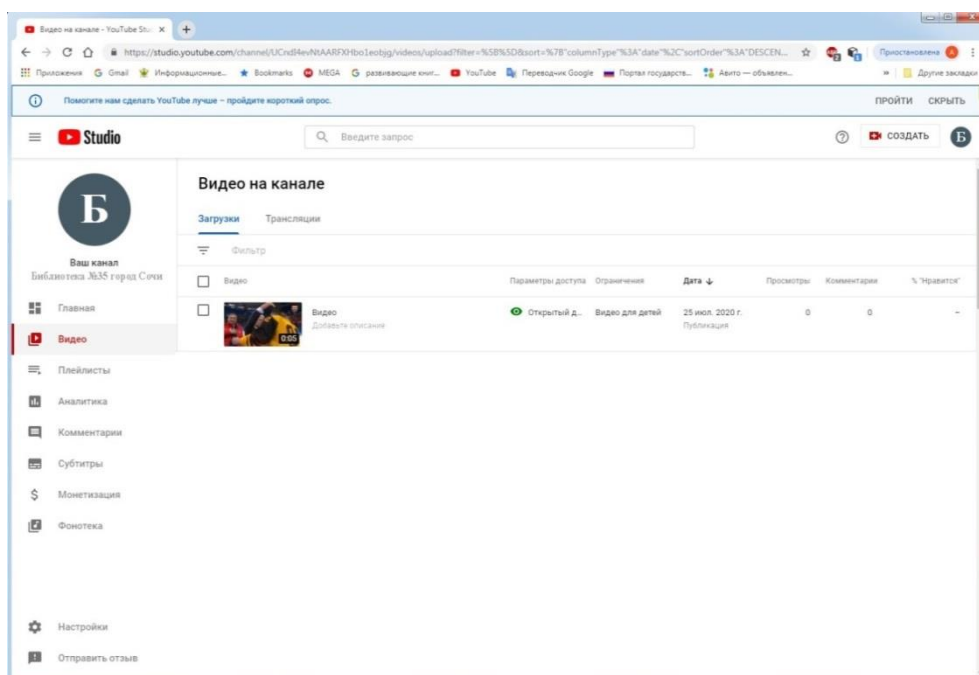


На этой (второй) страничке "Дополнения" кликаем снова "Далее".

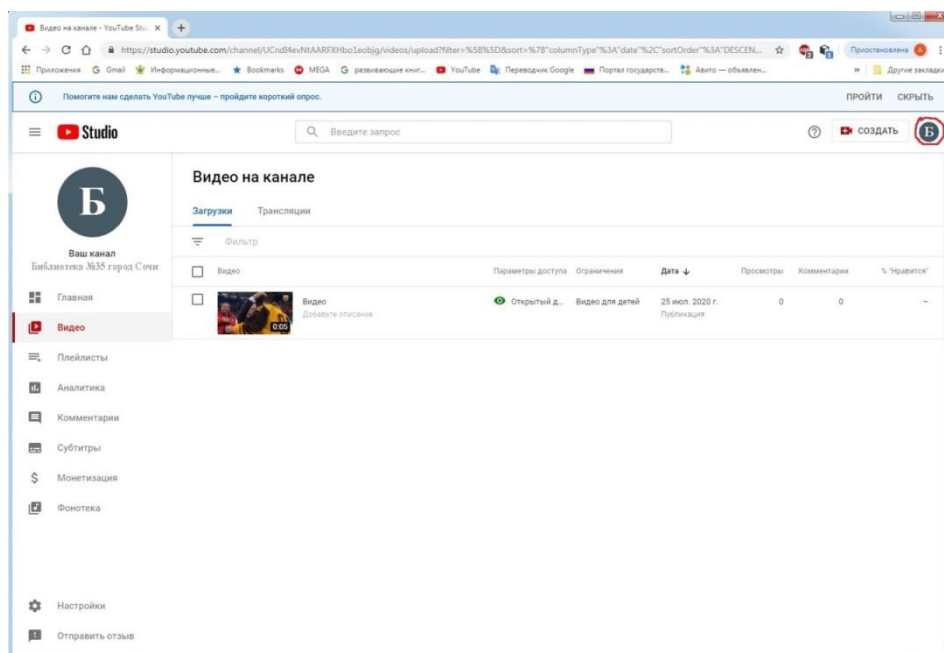
На следующей (последней, третьей) страничке "Параметры доступа" ставим точку мышкой (активируем) "Открытый доступ" (красным отмечено на рисунке):



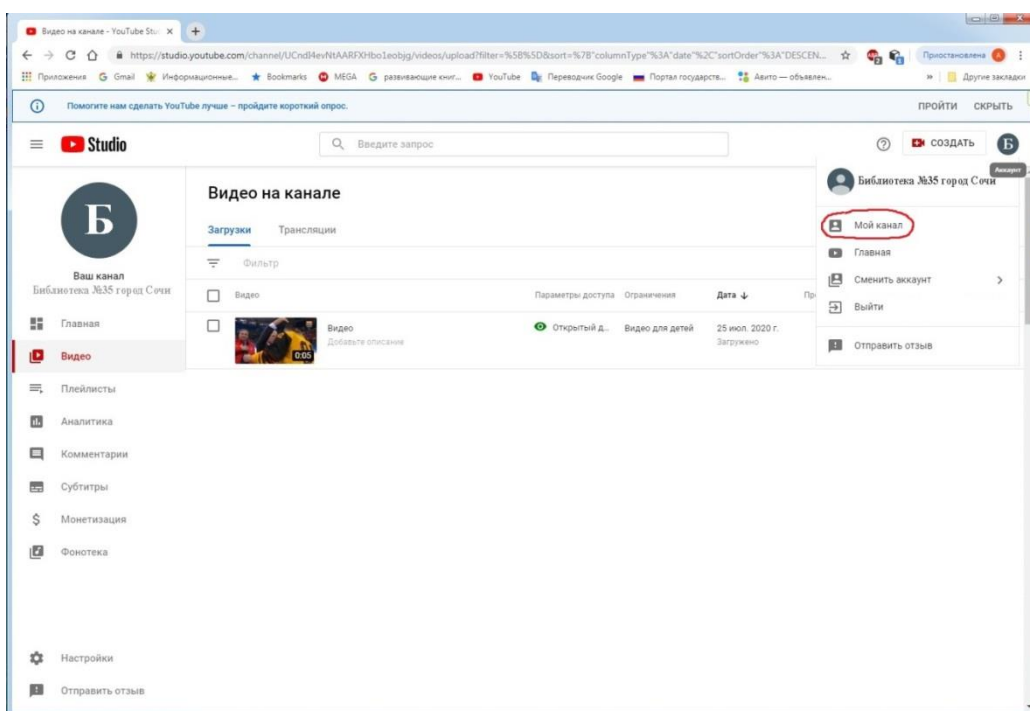
И кликаем "Опубликовать". Следом открывается промежуточное диалоговое окно, в котором кликаем "ОК". И появляется страница "Творческая студия YOUTUBE", на которой загруженные аккаунтом Библиотеки №35 города Сочи видео. И на этой странице загруженные видео можно редактировать. **Можно редактировать все параметры, кроме самого видео:**



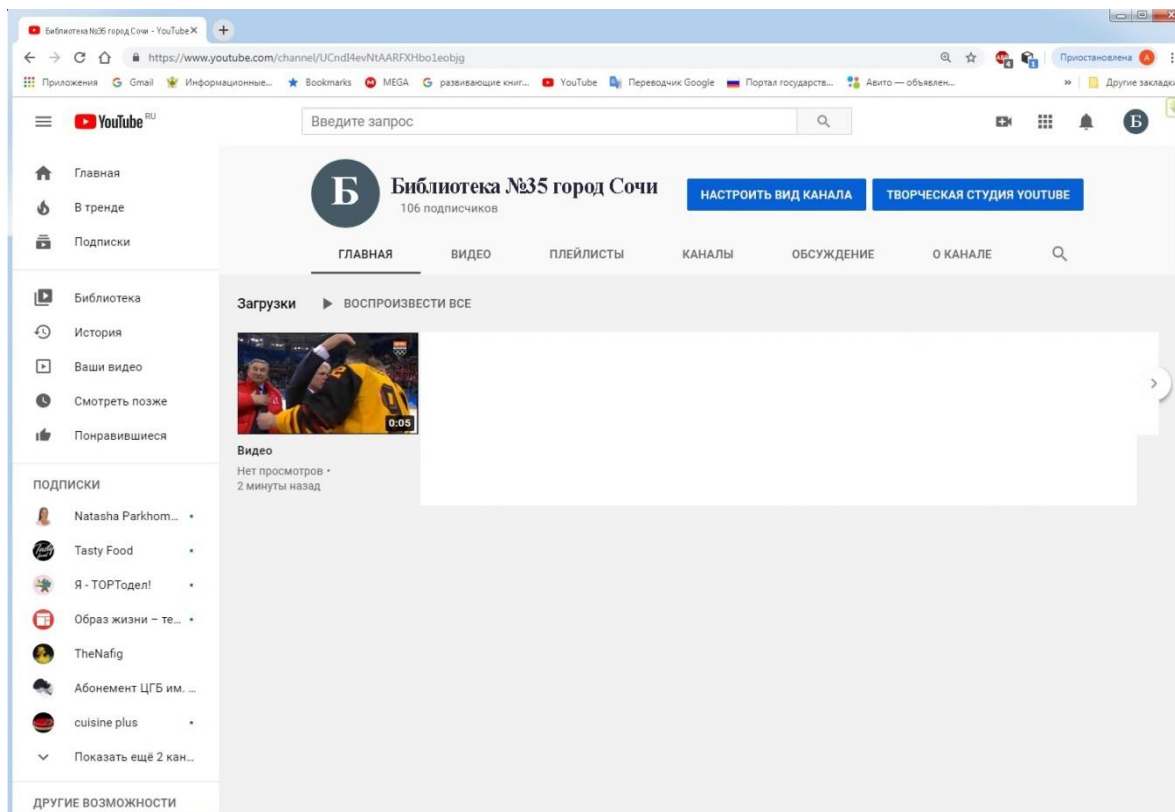
Чтобы просмотреть, как воспроизводится видео в YouTube, нужно кликнуть в данном примере цветной кружок с буквой Б (красным отмечено на рисунке):



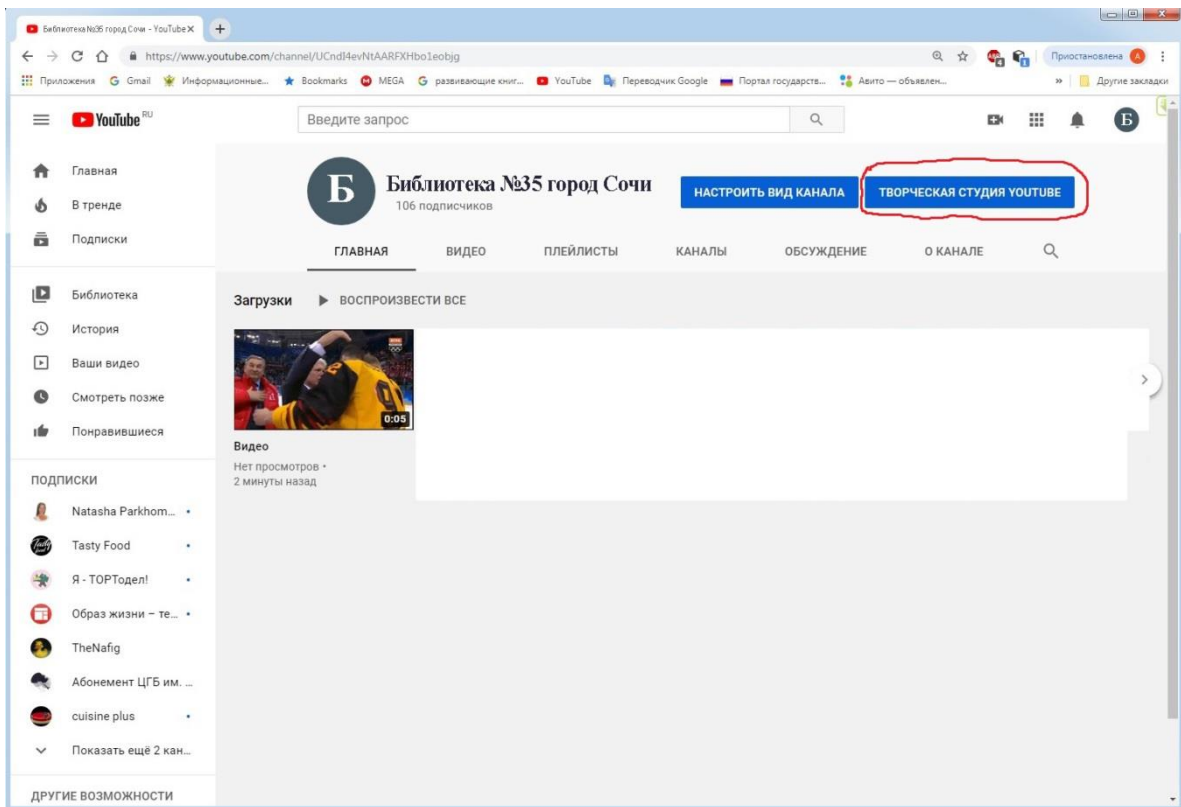
В открывшемся меню кликнуть "Мой канал" (красным отмечено на рисунке):



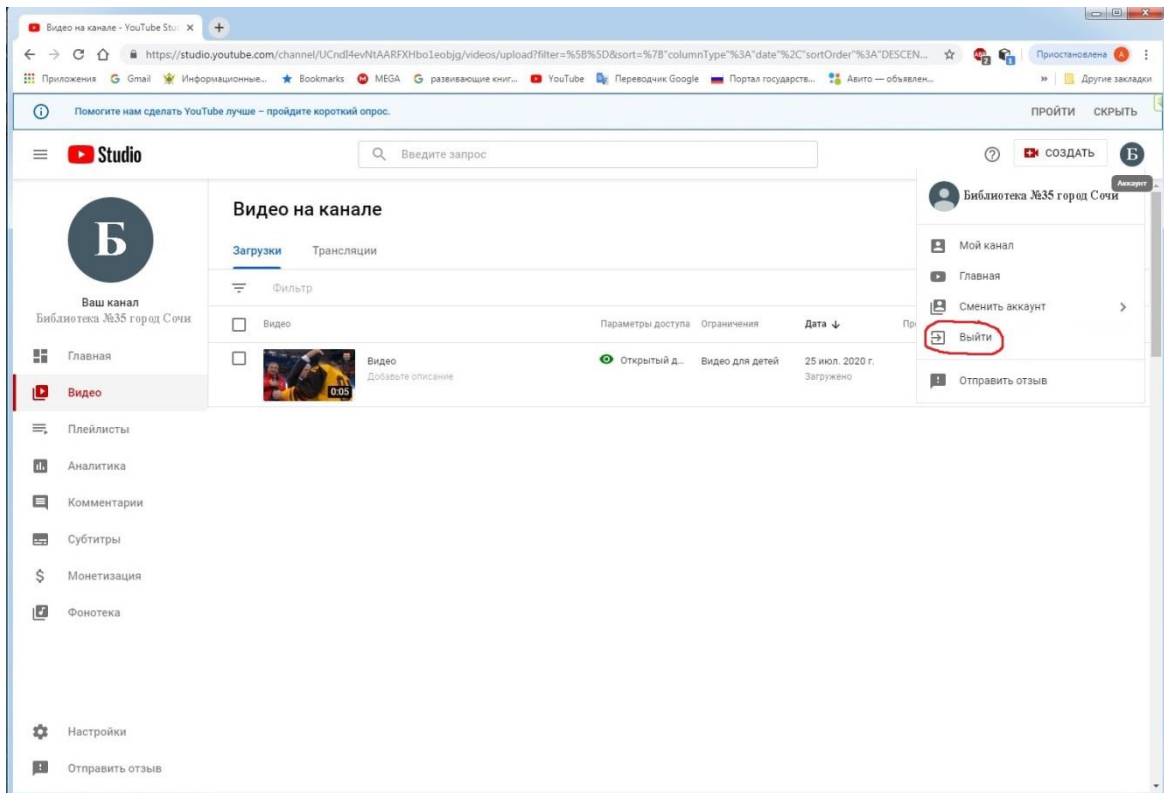
На появившейся странице канала (в данном примере – Библиотеки №35 города Сочи) можно просматривать загруженные видео, как они выглядят в YouTube:



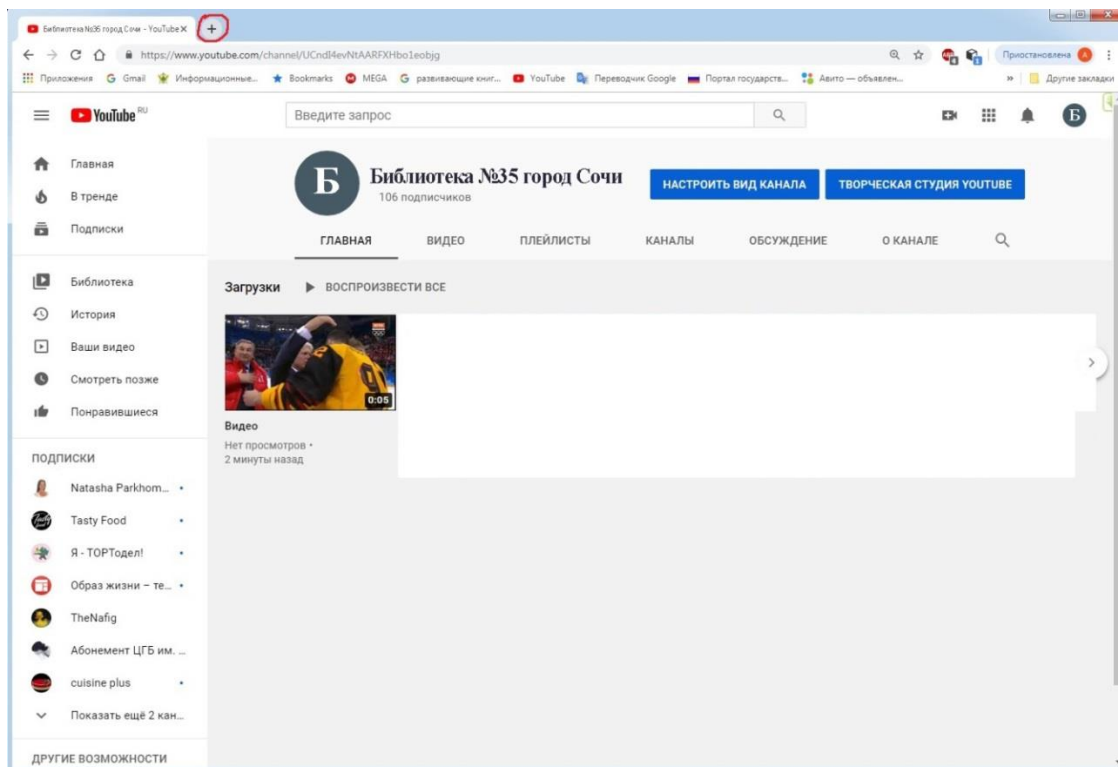
Чтобы перейти на страницу "Творческая студия YOUTUBE" для редактирования, кликаем "Творческая студия YOUTUBE" (красным отмечено на рисунке):



Выйти из YouTube можно так же, как и из E-mail google – кликаем по цветному кругу с буквой и в появившемся меню кликаем "Выйти" (красным отмечено на рисунке):



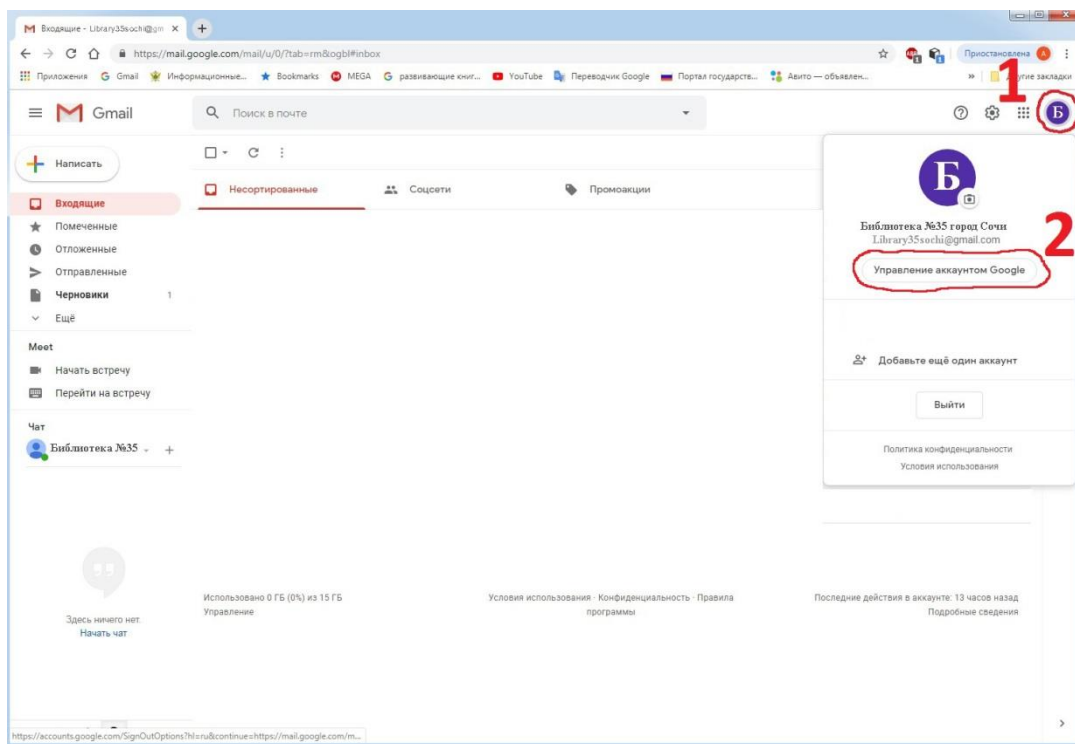
О взаимосвязи YouTube и google. Допустим, нужно отправить ссылку выложенного в YouTube видео по E-mail. Не выходя из YouTube, в браузере (вверху) открываем новую вкладку (кругляшок с плюсом; красным отмечено на рисунке):



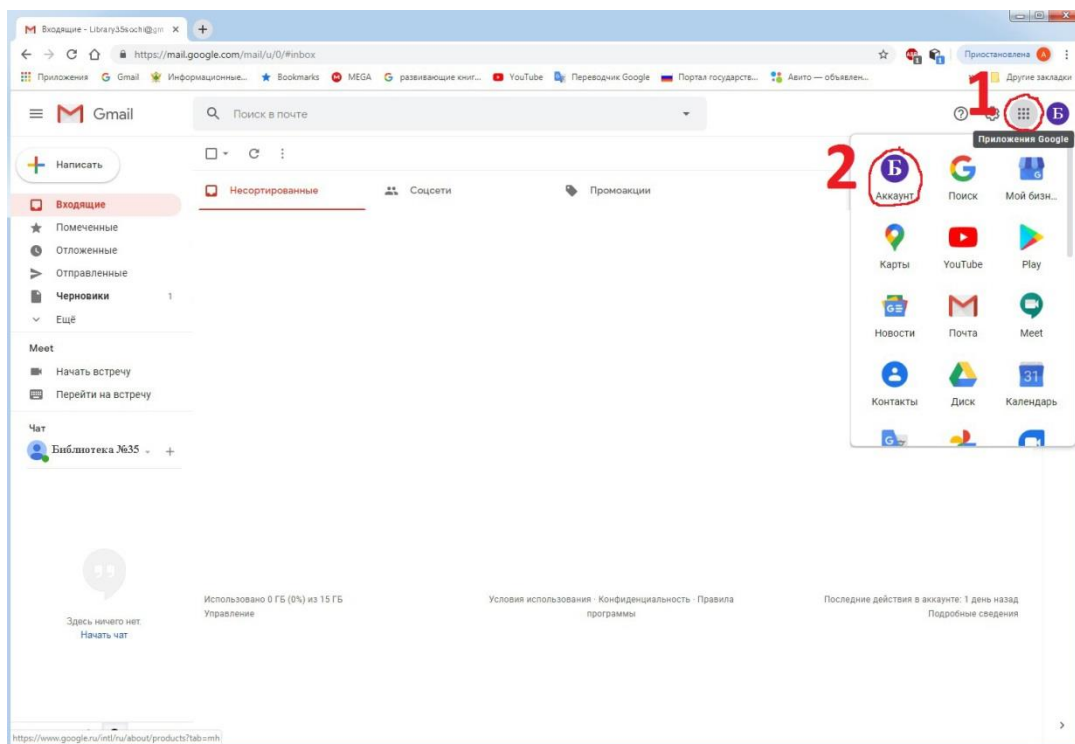
В этой новой вкладке переходим на google.com и далее – "Почта" (см. в начале инструкции). Кликнув "Почта", сразу попадаем в почтовый ящик (аккаунт) без ввода "имени пользователя" и пароля.

Для удобства, для YouTube и google действует один и тот же пароль и "имя пользователя". Соответственно, если выйти из одного из данных сервисов, то и из другого тоже выйдем.

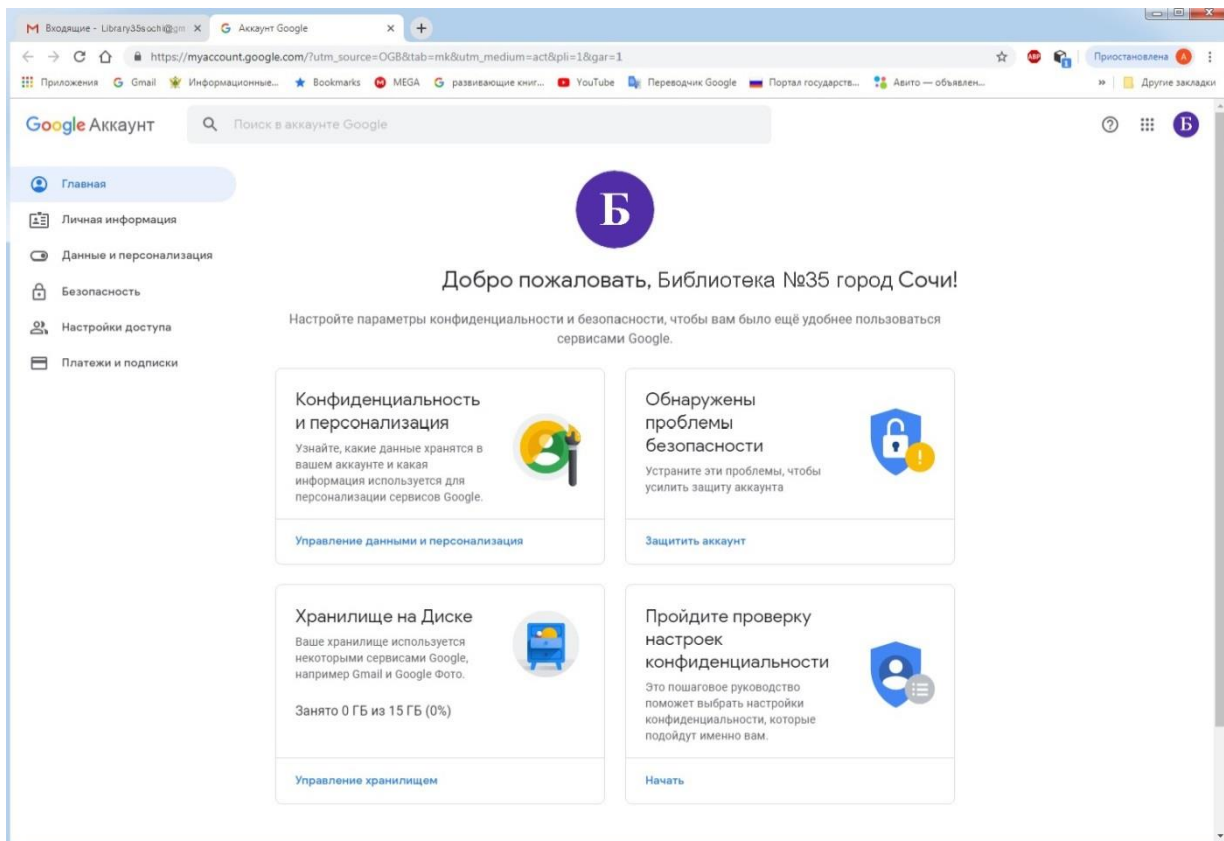
Чтобы укрепить (улучшить) защиту аккаунта, нужно войти в почту. Перейти к управлению аккаунтом таким способом (красным отмечено на рисунке):



или таким:



И на странице управления аккаунтом улучшаем безопасность, конфиденциальность и др.:



Это может быть: указать телефон, резервный почтовый ящик и т.д.

Видеоролики "ЦБС г. Сочи" на канале YouTube, 2020 год

1. **26 июля 2020 года — День Военно-Морского Флота Российской Федерации.** Успехи России, ее величие часто ассоциируются с ее военно-морской мощью – об этом идет речь в видеоролике.

2. **Города-побратимы Сочи. В 2-х частях.** Сочи традиционно отличается особым радушием и тем самым вносит значительный вклад в дело мира и дружбы, укрепляя и развивая связи с разными странами. У города Сочи 10 городов-побратимов, о которых рассказывает видеопрезентация:

- Челтенхэм (англ. Cheltenham), Великобритания (с 1959 года)
- Ментон (фр. Menton), Франция (с 1966 года)
- Римини (итал. Rimini), Италия (с 1977 года)
- Эспоо (фин. Espoo), Финляндия (с 1989 года)
- Лонг-Бич (англ. Long Beach), Калифорния, США (с 1990 года)
- Трабзон (тур. Trabzon), Турция (с 1991 года)
- Пярну (эст. Pärnu), Эстония (с 1994 года)
- Вэйхай (кит. упр. 威海, пиньинь Wēihǎi), Китай (с 1996 года)
- Баден-Баден (нем. Baden-Baden), Германия (с 2013 года)
- Нагато (яп. 長門市), Япония (с 2018 года)

3. **Летняя досуговая площадка "Лето в книжном переплёте"** (Центральная детская библиотека имени Н. Островского города Сочи).

Видеоролики с мастер-классами для детей:

- Мастер-класс "Инопланетянин".
- Мастер-класс "Маракасы".

4. **110 лет со дня рождения советского художника Владимира Серова.** Рассказ о деятельности живописца и графика, педагога и профессора, обладавшего большим талантом, яркой творческой

индивидуальностью, поразительной энергией и исключительным трудолюбием.

5. 8 июля — День Семьи, Любви и Верности. Рассказ о российском празднике, который отмечается ежегодно 8 июля и приурочен ко Дню памяти святых князя Петра и его жены Февронии, покровительствующих семье и браку в православной традиции.

6. 60 лет — Поляна Дружбы в парке Ривьера в Сочи.

7. Памятники природы Большого Сочи. В 3-х частях.

Сочинская земля богата памятниками природы, истории и культуры. Уникальные природные и природно-исторические объекты составляют важную часть ландшафта — они всегда привлекали внимание своим необыкновенным разнообразием. Часть 3 раскрывает перед зрителем красоту памятников природы Сочи: Корыта, 33 водопада на ручье Джегош, минеральный источник Чвижепсе.

8. Водные богатства России. В 2-х частях. Водные богатства России — настоящие сокровища природы. Благодатный климат, тёплое море, наличие минеральных и грязевых источников, уникальные по эстетической ценности горные и приморские пейзажи — все это определило роль Краснодарского края как одного из крупнейших туристических регионов России. Здесь сосредоточены все основные морские курорты России, в том числе город Сочи.

9. Исследователи Черноморского побережья Кавказа. В 2-х частях. Изучение Черноморского побережья Кавказа в XIX веке выдвигало на первый план задачи глубокого исследования страны и ее природных ресурсов. Исследователи стремились охватить научными экспедициями возможно большее пространство, посетить максимальное число интересных мест и обогатить науку.

10. Александр Сергеевич Пушкин на Кубани — 200 лет со времени пребывания.

11. 12 июня – День России. День России – это праздник гражданского мира, свободы и согласия всех живущих людей в стране на основе закона и справедливости.

12. "Болдинская осень. Шедевры на карантине" (видеобеседа с Г.П. Каракчиевой). В начале декабря 1830 года А. С. Пушкин написал своему другу и издателю Плетнёву: "...Только тебе, дорогой друг, говорю в тайне, что никогда ничего подобного не делал. Я никогда не писал так, как писал в Болдино..."

13. А.С. Пушкин и Сочи. Для жителей Черноморского побережья Кавказа особый интерес представляет все, что связывает А.С. Пушкина с нашим краем, его историей, этнографией, культурой.

14. Кавказ в жизни и творчестве А.С. Пушкина. Часть 3. Кавказ в творчестве А.С. Пушкина. Функция кавказской темы в творчестве А. С. Пушкина многообразна. Обращение к ней обозначило начало нового этапа пушкинского творчества. В произведениях кавказского цикла проявились новые грани художественной трактовки целого круга проблем – исторических, эстетических, морально-этических, что привело Пушкина к художественным исканиям, к новым решениям, к новаторским завоеваниям.

15. Кавказ в жизни и творчестве А.С. Пушкина. Часть 2. Близкие и друзья. Жизнь Александра Сергеевича Пушкина и его творчество тесно связаны с Кавказом. Великий русский поэт, по существу, первым в русской литературе открыл кавказскую тему не по книгам и чужим рассказам, а по собственным впечатлениям от посещения этих мест. "С легкой руки Пушкина, – писал Белинский, – Кавказ сделался для русских заветною странюю не только широкой раздольной воли, но и неисчерпаемой поэзии, странюю кипучей жизни и смелых мечтаний!"

16. Кавказ в жизни и творчестве А.С. Пушкина. Часть 1.

17. 1 июня – Международный день защиты детей. Праздник Международный день защиты детей – это напоминание взрослым об их ответственности за то, чтобы все дети росли, учились, занимались любимым делом и в будущем стали замечательными родителями и гражданами своей страны.

18. "Нет, весь я не умру..." Пушкинский день России. Свидетельства очевидцев, восстанавливающие события и атмосферу петербургского дома Поэта, где остывало его сердце.

19. Сочинские краеведы. В 2-х частях. Сведения, которые добывают сочинские краеведы, составляют историческую мозаику. Из нее складывается образ Сочи, уникальный не только по своим природным богатствам, но и благодаря своеобразному историческому прошлому.

20. Стихотворение "Гонимый вешними лучами...". Глазуновы Илья и Полина. В канун дня рождения великого русского поэта, ученики МОБУ гимназии № 16 города Сочи имени Поцелуева И. Н. Глазуновы Илья, 4 "А" класс, и Полина, 1 "А" класс, читают замечательное стихотворение "Гонимый вешними лучами...".

21. Фантазия-быль "Однажды в читальном зале". Творческая работа библиотекаря читального зала городской библиотеки № 1 имени А. С. Пушкина города Сочи Галины Сокулиной. (Конкурс видеоматериалов "Я говорю о Пушкине"). Онлайн-выставка архивных экспонатов "Однажды в читальном зале".

22. "Мой солнечный Сочи". Дети читают стихи о Сочи. Праздничный онлайн-марафон "Мой солнечный Сочи — гордость моя!" ко Дню города Сочи-2020.

23. "Мой солнечный Сочи". Музыкальная поздравительная открытка. Праздничный онлайн-марафон "Мой солнечный Сочи — гордость

моя!" ко Дню города Сочи 2020. Варушкина Оксана — автор музыки, исполнитель.

24. **"Творец тебя мне ниспослал"**. Первая красавица, первый поэт. История любви Пушкина. Пушкинский День России-2020. Конкурс "Кубань читает Пушкина-2020", номинация "Я говорю о Пушкине".

25. **221 год со дня рождения русского поэта и писателя Александра Сергеевича Пушкина.** 6 июня 1799 года в Москве в дворянской семье Пушкиных родился мальчик, которому суждено было стать одним из величайших поэтов России.

26. **Общероссийский День библиотек — 27 мая.** ОНЛАЙН МАРАФОН ЦБС города Сочи "Мы служим книге!", посвященный общероссийскому Дню библиотек. Рассказ о деятельности библиотек ЦБС г. Сочи, видеопоздравления.

27. **27 мая — Общероссийский День библиотек.** Общероссийский День библиотек, отмечаемый ежегодно 27 мая, по праву является и профессиональным праздником российских библиотекарей — Днем библиотекаря.

28. **30 мая — День города Сочи.** Сочи — крупнейший курортный город России. Сочи протянулся 145-километровой полосой между Главным Кавказским хребтом и берегом Черного моря.

29. **Рота, шагнувшая в бессмертие.** Подвиг 6-й роты 104-го полка 76-й Гвардейской Псковской дивизии ВДВ, насмерть стоявшей 29 февраля – 1 марта 2000 года в Аргунском ущелье, в Чечне за высоту 776.0 у селения Улус-Керт.

30. **24 мая — День славянской письменности и культуры.** Ежегодно люди празднуют славянский и государственный праздник. День славянской письменности и культуры отмечает не только богатство культур, но и важную роль межкультурного диалога. Сегодня русский язык считается

почитаемым и уважаемым во многом благодаря возрождению Дня славянской письменности и сотрудничеству многих деятелей культуры.

31. **"Прощение обид — способ повышения иммунитета"**. Лекция медицинского психолога Микляевой Н.В. /Центр медицинской профилактики города Сочи/.

32. **96 лет "Кавказскому государственному природному биосферному заповеднику имени Х. Г. Шапошникова"**. 12 мая 1924 года декрет о создании Кавказского государственного заповедника был утвержден Совнаркомом РСФСР. Кавказский заповедник является одной из старейших особо охраняемых заповедных территорий Западного Кавказа. Основным поводом для создания заповедника было сохранение кавказского горного зубра.

33. **Сочинцы – Герои Советского Союза. Аллея Героев. В 2–х частях.**

34. **Великая любовь к жизни. Иван Николаевич Поцелуев**, Герой Советского Союза, почетный гражданин города Сочи.

35. **"Легкий дым"**. Читают стихи ученицы ГБПОУ КК "Сочинский колледж поликультурного образования" (центральная детская библиотека имени Н. Островского города Сочи).

36. В городе Сочи и его окрестностях действовало народное ополчение и истребительные батальоны.

37. **Солдаты Победы. В 2–х частях.** За годы войны в Сочи были мобилизованы и ушли на фронт добровольцами более 18 тысяч человек. В боях самоотверженно сражались славные сыны многонационального Сочи. Среди них сочинцы, за боевые подвиги удостоенные высокого звания Героя Советского Союза. Судьбы и подвиги этих людей навсегда останутся легендарными страницами в истории Великой Отечественной войны и города-курорта Сочи.

38. **Город спасенных жизней. Шефская помощь госпиталям.** Жители курорта и других городов России ухаживали за ранеными, рассказывали им о делах на фронте, писали письма, собирали лекарственные растения и самшитовый мох в лесу, приносили продукты и вещи.

39. **Город спасенных жизней. Нам 41-й не забыть...**

40. **"Читают дети о войне". Рекомендации к чтению.** Великая Отечественная война – важная страница в нашей новейшей истории. Очень важно передавать память о ней следующим поколениям (Библиотека семейного чтения МБУК "ЦБС города Сочи").

41. **"Сквозь года звучит наша Победа!".** 2020 год знаменателен 75-летним юбилеем Победы в Великой Отечественной войне. Открытка-видеопоздравление.

42. **"Поклонимся великим тем годам!".** 2020 год знаменателен 75-летним юбилеем Победы в Великой Отечественной войне.

43. **"Ах, женщины!". Поэма М. Ножкина.** Городская библиотека № 1 имени А. С. Пушкина города Сочи. Отрывок поэмы М. Ножкина "Ах, женщины!" читает заведующая библиотекой Заика Людмила Петровна.

44. **"Имена великой победы".** 2020 год знаменателен 75-летием Победы в Великой Отечественной войне. Судьбы и подвиги советского солдата на дорогах Великой Отечественной войны, воспеты в литературе. Библиотека семейного чтения МБУК "ЦБС города Сочи".

45. **"Юные герои Кубани".** 2020 год знаменателен 75-летием Победы в Великой Отечественной войне. Памяти юных мальчиков и девочек, которые боролись и умирали за свободу и счастье людей. Библиотека семейного чтения МБУК "ЦБС города Сочи".

46. **Питание во время карантина.** Лекция медицинского психолога Микляевой Н.В. /Центр медицинской профилактики города Сочи/.

47. **Город спасенных жизней. Подвиг медиков. Часть 2. Медсестры.**

48. **Город спасенных жизней. Подвиг медиков. Часть 1. Врачи.**
49. **Город спасенных жизней. Сочинская госпитальная база. В 3–х частях.**
50. **"Герой моей семьи"**. 2020 год знаменателен 75-летием Победы в Великой Отечественной войне.
51. **"Самый главный день"**. Поздравление с Днём Победы. Михаил Ножкин "Самый главный день". Стихотворение читают дети сотрудников централизованной библиотечной системы города Сочи.
52. **Виртуальное путешествие "Города-герои". В 3–х частях.** Библиотека семейного чтения МБУК "ЦБС г. Сочи".
53. **"Сражались... верили... любили..."**. В 3–х частях. Художественная литература о Великой Отечественной войне в цикле "Читаем книгу. Смотрим фильм".
54. **Истории Великой Победы.** 2020 год знаменателен 75-летием Победы в Великой Отечественной войне.
55. **Центральная детская библиотека им Н. Островского города Сочи поздравляет с 75-летием Великой Победы.**
56. **"75 слов победы"**. Центральная детская библиотека имени Н. Островского.
57. **"В названьях улиц мы чтим героев имена"**. Центральная детская библиотека имени Н. Островского.
58. **Аронова Раиса Ермолаевна. "Ночные Ведьмы"**. Центральная детская библиотека имени Н. Островского.
59. **Раскова Марина Михайловна. "Ночные Ведьмы"**. Центральная детская библиотека имени Н. Островского.
60. **"Ночные Ведьмы" – женский авиационный полк в Великой Отечественной войне.** Центральная детская библиотека имени Н. Островского.

61. **"Приходят к дедушке друзья"**. Миша Чекменёв. Стихотворение Валентина Степанова "Приходят к дедушке друзья". Библиотека №9.

62. **Наша Армия**. Стихотворение Валентина Степанова "Наша Армия". Миша Чекменёв. Библиотека №9.

63. **"С чего начинается Родина"**. Песня, исполняет Ева Василевич. Центральная детская библиотека имени Н. Островского.

64. **23 апреля — Всемирный день книги и защиты авторского права**. Видеообзор подготовлен сотрудниками центральной городской библиотеки города Сочи.

65. **"Страницы Великой Победы"** – онлайн-проект городской библиотеки № 1 имени А.С. Пушкина города Сочи, посвящённый 75-летию Победы в Великой Отечественной войне.

66. **14 апреля — 275 лет со дня рождения русского просветителя и драматурга Дениса Ивановича Фонвизина**.

67. **Мастер-класс по созданию текстильной куклы. В 8 частях**. Анастасия Лютова. Библиотека №3.

68. **"Секреты гармонизации атмосферы в семье"**. Лекция медицинского психолога Микляевой Н.В. /Центр медицинской профилактики города Сочи/.

69. **Поэтический челлендж. Александр Сгадов, член Союза российских писателей. В 2-х частях**. Городская библиотека № 1 им. А.С. Пушкина.

70. **Поэтический челлендж городской библиотеки № 1 имени А.С. Пушкина города Сочи. В 2-х частях**. Заведующая библиотекой Людмила Петровна Заика на Поэтическом балконе.

71. **Галина Дадукина на Поэтическом балконе. В 2-х частях**. Член Союза российских писателей Галина Дадукина читает свои стихи.

72. **Татьяна Кувичинская на Поэтическом балконе.** Свои стихи читает член Союза российских писателей Татьяна Кувичинская. Городская библиотека № 1 им. А.С. Пушкина.

73. **Наталья Кирпичникова читает стихи Александра Стадова.** Поэтический челлендж городской библиотеки № 1 имени А.С. Пушкина города Сочи.

74. **Поэтический челлендж библиотеки им А.С. Пушкина города Сочи.**

75. **"Старая библиотека в новой реальности".** Листая страницы истории... Экскурсия по городской библиотеке имени А. С. Пушкина города Сочи

76. **"Книжкины именины".** Центральная детская библиотека имени Н. Островского.

77. **"Сказочное путешествие", посвящённое 90-летию Геннадия Михайловича Цыферова.** Центральная детская библиотека имени Н. Островского.

78. **"Фронтовые поэты".** Библиотека семейного чтения МБУК "ЦБС г. Сочи" приглашает на виртуальный поэтический звездопад.

79. **"10 способов снять стресс".** Лекция медицинского психолога Микляевой Н.В. /Центр медицинской профилактики г. Сочи/.

80. **"Дорога в никуда".** Специалисты библиотеки №5 провели беседу у выставки, посвященной профилактике наркомании.

81. **Портрет работника культуры.** Людмила Петровна Заика, заведующая библиотекой №1 им. А.С. Пушкина.

82. **Он, конечно, из Одессы. 125 лет со дня рождения народного артиста СССР Леонида Осиповича Утесова.** Городская юношеская библиотека города Сочи.

83. **"Про книгу, дружбу и библиотечную службу"**. Поздравление Централизованной библиотечной системы города Сочи с Днем работника культуры.

84. **"Ваши жизни война рифмовала"**. Урок мужества, посвященный Всемирному дню поэзии. Центральная детская библиотека имени Н. Островского.

85. **Библиотекарь – звучит гордо!** Портрет работника культуры. Екатерина Николаевна Чекменева, заведующая библиотекой №9.

86. **"Страницы великой Победы"**. Монопроект городской библиотеки № 1 имени А. С. Пушкина города Сочи, посвященный 75-летию со дня победы в Великой Отечественной войне.

87. **Поэзия — моя держава.** Обзор поэтической выставки. Центральная городская библиотека.

88. **Всемирный день поэзии – "Поэзия как волшебство"**. Книжная выставка-обзор к Всемирному дню поэзии в детской библиотеке № 9.

89. **От марта до марта!** В марте весь мир отмечает День поэзии. Сочинские ценители поэтического слова собрались в доме-музее "Дача певицы В. В. Барсовой" на литературно-музыкальный вечер "От марта — до марта", подготовленный совместно с городской библиотекой № 1 имени А.С. Пушкина города Сочи.

90. **"Сам себе дизайнер"**. ЦБС Сочи объявляет детский онлайн-конкурс "Сам себе дизайнер" по изготовлению медицинских защитных масок. Приветствуются оригинальность и творческий подход! Победителя ждет приз! А центральная детская библиотека имени Н. Островского подготовила мастер-класс по изготовлению масок.

91. **Всемирный день поэзии в городской библиотеке № 3 города Сочи.** Читателей в режиме online познакомили со сборниками поэзии, представленными на выставке "Поэт издали заводит речь".

92. **Беседа у стенда "Бессмертный полк"** Сочинского отделения Российского общества историков-архивистов в центральной городской библиотеке.

93. **Сочи – город госпиталь.** Выставка-экспозиция, обзор книг.

94. **Поэзия – голос сердца.** В Хостинской библиотеке №5 подготовлена выставка, посвященная Всемирному дню поэзии. Заведующая библиотекой Наталья Гук рассказала читателям об истории праздника поэтического слова и о книгах, представленных на выставке.

95. **Возьмите это на заметку!** Библиотека имени А.С. Пушкина начинает цикл видеообзоров "Возьмите это на заметку!". Библиотекарь абонемента Наталья Лапенкова знакомит читателей online с новыми поступлениями литературы.

Социальные медиа как инструмент продвижения библиотеки: *рекомендательный список литературы*

Алдарова, И.К. Социальные сети как инструмент современного маркетинга / И.К. Алдарова // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2017. – № 2. – С. 6–10. *Развитие информационных технологий приводит к тому, что в последнее десятилетие прослеживается четкая тенденция к качественному изменению способа восприятия окружающего мира и коммуникации людей друг с другом. В данной статье рассматривается возможность корпоративного маркетинга в социальных сетях, преимущества и недостатки подобного канала коммуникации компании с клиентами.*

Бернгардт, Т.В. Сравнительный анализ контента социальных медиа публичных библиотек (на примере ОГОНБ им. А.С. Пушкина и ЦГПБ им. В.В. Маяковского г. Санкт-Петербурга) / Т.В. Бернгардт, А.А. Сафрилеева // Молодёжь третьего тысячелетия. Сборник научных статей XLII региональной студенческой научно-практической конференции. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – С. 1476–1480. *Определены критерии анализа деятельности публичных библиотек в социальных медиа. Проведен сравнительный анализ работы двух публичных библиотек в социальной сети "ВКонтакте".*

Бондарев, С.Б. Как "продать" впечатления? / С.Б. Бондарев // Современная библиотека. – 2019. – № 10. – С. 33–37. *О правилах ведения аккаунта в "Инстаграме". Опыт Ставропольской краевой универсальной научной библиотеки имени М. Ю. Лермонтова.*

Боровикова, Е.С. Библиотеки в социальных сетях : опыт работы филиала муниципального бюджетного учреждения культуры "Медведевская центральная библиотечная система" Кузнецовская сельская библиотека / Е.С. Боровикова // Гуманитарный трактат. – 2019. – № 46. – С. 26–27. *В статье рассматривается деятельность библиотеки в социальных сетях. Показан опыт сельской библиотеки.*

Боровикова, Е.С. Особенности продвижения "страниц" сельских библиотек в социальных сетях // Е.С. Боровикова // Студенческая наука и XXI век. – 2018. – № 2–2. – С. 25–27. *Рассмотрены особенности продвижения аккаунтов сельских библиотек в социальных медиа. В тексте приводятся конкретные рекомендации по продвижению и развитию сообщества, размещению постов и информации на странице группы.*

Брюхова, Л. Откройте миру, или "Бесплатное счастье" в блогосфере / Л. Брюхова // Библиотека. – 2018. – № 5. – С. 31–36. *Обзор библиотечной блогосферы; советы по усилению виртуальной активности.*

Бутусова, М.В. "Вы ещё не читаете, тогда мы идём к вам" / М.В. Бутусова // Современная библиотека. – 2017. – № 9. – С. 28–30. *О реализации интернет-проекта "Продвинутая библиотека", целью которого стало привлечение населения Спасского района Нижегородской области в библиотеки с помощью фотоконкурсов в социальных сетях.*

Варочкина, М.В. Площадки виртуального общения : новые средства привлечения к чтению детей и подростков / М.В. Варочкина // Библиотечное дело. – 2016. – № 9. – С. 11–13.

Власенко, И.А. Алгоритм мониторинга страниц социальной сети "ВКонтакте" / И.А. Власенко // Библиотечное дело. – 2017. – № 15. – С. 5–8.

Гавришин, И.С. О библиотеках должны знать : ликбез по SEO / И.С. Гавришин // Информационный бюллетень Российской библиотечной ассоциации. – 2019. – № 87. – С. 64–66. *Представлены практические рекомендации по поисковой оптимизации библиотечных сайтов; использованию социальных сетей для повышения трафика на сайт библиотеки.*

Головин, М. Шпаргалка, чтобы учреждению культуры раскрутить видеоканал на YouTube / М. Головин // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2020. – № 6. – С. 22–27. *Директор дома культуры "Нагатино" поделился алгоритмом раскрутки видеоканала и лайфхаками для видеороликов.*

Енгальчева, Е.В. Влияние социальных сетей на популяризацию услуг библиотеки (через "ВКонтакте", Instagram и YouTube) на примере ОГОНБ А.С. Пушкина / Е.В. Енгальчева, В.А. Кузьмина // Молодёжь третьего тысячелетия. Сборник научных статей XLII региональной студенческой научно–практической конференции. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – С. 1424–1428. *Изучается проблема популяризации услуг библиотеки в социальных сетях, рассматриваются способы продвижения и формирования имиджа в официальных аккаунтах на примере ОГОНБ А.С. Пушкина.*

Ерофеева, Е.П. Библиотечные аккаунты : как сделать деньги на госуслугах / Е.П. Ерофеева, Е.А. Лукьянчикова // Молодёжь третьего тысячелетия. Сборник научных статей. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2017. – С. 94–97. *На основе статистических данных Internet World Stats, ФОМ и РАЭК объяснены закономерности развития социальных сетей, показана социальная сеть как ресурс, позволяющий продвигать, продавать и создавать государственные услуги на примере аккаунтов библиотек.*

Журавлева Т. Площадка для виртуального общения / Т. Журавлева [и др.] // Библиополе. – 2018. – № 2. – С. 8–15. *Публикуются ответы*

сотрудников библиотек из разных регионов России на вопросы, связанные с ведением библиотечных страниц в социальных сетях.

Забузов, О.Н. Социальные сети в рекламной деятельности современных публичных библиотек : результаты исследования / О.Н. Забузов, П.Г. Александрова // *Культура : теория и практика.* – 2020. – № 3. – С. 13. *В статье представлены основные результаты исследования, посвященного анализу места и роли социальных сетей в рекламной деятельности современных публичных библиотек. Распространение использования социальных сетей в качестве средства рекламы требует рассмотрения этого феномена в контексте современных публичных библиотек.*

Зайцева, Е.В. Социальные сети : добро или зло? / Е.В. Зайцева // *Информационные технологии : состояние и перспективы развития. Материалы III Международной научно-практической конференции.* – Москва : Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2019. – С. 113–119. *В данной статье рассматривается вопрос о полезных и негативных чертах социальных сетей. Показано, что социальные сети играют двоякую роль в жизни современного человека: помогают ему пройти социализацию в обществе, но нередко приводят к зависимости. В статье представлены рекомендации при пользовании соцсетями.*

Засыпкина, В. Вам, TELEGRAM! / В. Засыпкина // *Молодые в библиотечном деле.* – 2019. – № 12. – С. 32–35. *Подборка литературных Telegram-каналов, посвящённых детской литературе, комиксам, новинкам художественной литературы.*

Зваард, К. Сбор материалов из социальных сетей как институциональная задача : опыт библиотеки конгресса США / К Зваард и др. // *Библиотековедение.* – 2019. – № 3. – С. 291–300. *В статье авторы рассказывают об использовании социальных, начиная с роли БК как собирателя материала. Согласно плану стратегического развития, БК стремится установить линию связи с каждым американцем.*

Информационное обслуживание в век электронных коммуникаций : сборник материалов / ЦГПБ им. В.В. Маяковского ; ред.-сост. И.Е. Прозоров – Санкт-Петербург : ЦГПБ им. В.В. Маяковского, 2016. – 396 с.

Карпова Е.П. Виртуальная жизнь : волгоградская Молодежка в сети Интернет / Е.П. Карпова // *Библиотечное дело.* – 2018. – № 16. – С. 34–37. *О роли Интернета и социальных сетей в жизни Волгоградской областной библиотеки для молодежи.*

Катуева, Я.В. Библиотека Российской академии наук в социальных сетях / Я.В. Катуева, А.А. Боримова, А.Н. Новоселова, А.А. Ашихмин //

Библиосфера. – 2018. – № 4. – С. 75–81. *Рассматриваются итоги работы по созданию и ведению страницы библиотеки Российской академии наук (БАН) в социальных сетях ("ВКонтакте", Facebook, Instagram). Приводятся основные цели и задачи использования социальных медиа для представления библиотеки. Обоснован выбор социальных сетей с учетом особенностей целевой аудитории и стратегических целей библиотеки как учреждения Российской академии наук.*

Кислицин, Д.Ю. Канал на YouTube : создание, ведение, администрирование / Д.Ю. Кислицин, Е.Н. Кислицина // Современная библиотека. – 2016. – № 6. – С. 26–33. *В статье рассказывается о том, как библиотеки могут использовать возможности YouTube.*

Комаров, С.Ю. Количественные и качественные показатели трафика социальных сетей на сайте отделения ГПНТБ СО РАН в 2015–2017 гг. / С.Ю. Комаров // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2019. – № 1. – С. 39–46. *Автор исследует количественные и качественные показатели внешнего трафика из социальных сетей к сайту отделения ГПНТБ СО РАН. На основе разработанной методики оценки данных из систем веб-аналитики делаются выводы о значимости рассматриваемых социальных сетей и допустимости продвижения в них ресурсов отделения ГПНТБ СО РАН.*

Косенко, А.А. "ВКонтакте" с поколением "Y" : опыт ЗНБ УРФУ / А.А. Косенко // Библиотеки вузов Урала: проблемы и опыт работы. Научно-практический сборник. – Екатеринбург : Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, 2017. – С. 77–85. *Рассмотрен опыт зональной научной библиотеки Уральского федерального университета по ведению страницы "Доступная наука" ВКонтакте в соответствии с Теорией поколений*

Костина, В.А. Библиотека в социальных сетях как активатор взаимодействия студенческой молодежи в коммуникативном пространстве ВУЗа / В.А. Костина, М.С. Носова // Научные коммуникации. Профессиональная этика. Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Омск : Омский государственный технический университет, 2019. С. 89–95. *Авторы рассматривают сообщества библиотеки ОмГТУ в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram и Facebook) как каналы трансляции научной и культурной информации в университете. Предпринята попытка оценить вовлеченность студенческой молодёжи в мультикультурную коммуникацию в виртуальной среде.*

Костицина, А.В. Библиотека вуза в социальной сети "ВКонтакте": опыт работы администратора группы // А.В. Костицина // Научные и технические библиотеки. – 2019. – № 6. – С. 41–50. *В статье*

проанализирована работа группы библиотеки Пермского государственного гуманитарно-педагогического университета в социальной сети "ВКонтакте" в период с 2013 по 2018 г. Рассмотрены ошибки администрирования группы, в результате которых происходит отток подписчиков. Представлены опыт работы по привлечению пользователей, основные правила подготовки контента

Крапотина, О.В. *Добрые советы, или Как "раскрутиться" за три месяца / О.В. Крапотина // Современная библиотека. – 2017. – № 7. – С. 34–36. Опыт Централизованной библиотечной системы г. Братска по ведению странички в социальной сети "Instagram".*

Крапотина, О.В. *Как вести группу "ВКонтакте" : [опыт работы, рекомендации] / О.В. Крапотина // Современная библиотека. – 2017. – № 1. – С. 70–71.*

Краснова, К.О. *Формат существования изображения в эпоху новых медиа на примере социальной сети инстаграм / К.О. Краснова // Новые медиа для современной молодежи. Сборник научных статей по материалам II Международной научно-практической конференции. / Под ред. Л.Е. Виноградова, Е.Н. Туголукова. – Санкт-Петербург, 2018. – С. 41–45. В данной статье рассмотрена проблема существования изображения как одного из видов информационного сообщения в эпоху новых медиа, которая подразумевает абсолютно иное, по сравнению с обществом традиционных медиа (книга, радио, телевидение), отношение к визуальным образам.*

Кремянская, А.Д. *"Читать как дышать" : есть такая группа "ВКонтакте" / А.Д. Кремянская // Современная библиотека. – 2015. – № 6. – С. 30–35. О работе библиотеки "Центральная" муниципальной информационной библиотечной системы г. Томска, создавшей группу "Читать как дышать" в социальной сети "ВКонтакте".*

Кремянская, А.Д. *Плавали – знаем : библиотеки в социальных сетях / А.Д. Кремянская // Современная библиотека. – 2019. – № 1. – С. 38–43. Нюансы работы в разных социальных сетях: "ВКонтакте", "Одноклассники", "Instagram". Из опыта муниципальной информационной библиотечной системы г. Томска.*

Лизунова, И.В. *Интернет – инновационное пространство для чтения? / И.В. Лизунова // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2016. – № 11. – С. 152–164. В статье анализируется изменение медиапотребления россиян за последние годы. Изучаются интернет-предпочтения пользователей. Особое внимание уделяется характеристике аккаунтов по интересам в социальных сетях, роли книжных онлайн-порталов в популяризации чтения среди современников.*

Лизунова, И.В. Продвижение книги и чтения в социальных сетях / И.В. Лизунова, Е.М. Лбова // Книга : Сибирь – Евразия. Труды I Международного научного конгресса. – Новосибирск : Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН), 2016. – С. 382–392. *В статье на примере деятельности библиотек рассмотрены основные тренды и технологии продвижения книги и чтения в популярных в России социальных сетях.*

Лизунова, И.В. Социальные медиа как интерактивная цифровая среда популяризации книги и чтения / И.В. Лизунова // Книга : Сибирь – Евразия. Труды I Международного научного конгресса. – Новосибирск : Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН, 2016. – С. 92–108. *Даются толкования термина "социальные медиа". Анализируются организационные и технологические особенности книжно-читательских коммуникаций в онлайн-пространстве. Характеризуется деятельность интернет-сообществ, блогов, форумов, социальных сетей, видеохостингов, сетевых проектов как интерактивных цифровых площадок популяризации книги и чтения.*

Лизунова, И.В. Социальные сети книжной тематики – инновационный тренд популяризации чтения / И.В. Лизунова // Труды ГПНТБ СО РАН. Материалы межрегиональной научно-практической конференции / отв. ред. Е.Б. Артемьева, О.Л. Лаврик. – Новосибирск : Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН), 2017. – С. 5–18. *В статье отмечается увеличение разнообразия основных компонентов социальных сетей, непосредственно влияющих на функционал последних, рост динамики активности социальных медиа. Характеризуются особенности деятельности популярных книжных социальных сетей России и мира. Выявляется распространенность онлайн-практики чтения у современников.*

Лизунова, И.В. Социальные сети книжной тематики – инновационный тренд популяризации чтения / И.В. Лизунова // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2017. – № 12–2. – С. 5–18.

Лопатина, Н.В. Рекомендательная библиография в информационном обществе / Н.В. Лопатина Н.В. // Библиография и книговедение. – 2017. – № 2. – С. 53–56. *Обосновывается актуальность и фундаментальность теоретического наследия рекомендательной библиографии, доказываемая его перспективность для культуры информационного общества. Анализируется новый формат рекомендательной библиографии – "народная библиография" – и роль читателя в современной литературной библиографии. Раскрывается рекомендательно-библиографический инструментарий социальных сетей.*

Лукьянчикова, Е.А. Социальные сети в помощь библиотеке / Е.А. Лукьянчикова, Е.Е. Третьякова // Молодёжь третьего тысячелетия : сборник научных статей XLII региональной студенческой научно-практической конференции. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2018. – С. 1505–1509. *Рассматриваются социальные сети, в которых наиболее полно представлены сообщества библиотек, также приводятся мнения специалистов о присутствии библиотеки в интернет-пространстве. Взаимодействие социальных сетей и библиотеки рассмотрено на примере Президентской библиотеки им. Б.Н. Ельцина и Омской государственной областной научной библиотеки имени А.С. Пушкина. Проведен сравнительный анализ официальных сообществ данных библиотек в социальной сети "ВКонтакте".*

Макарова, В. Активность в виртуальной среде – это новые проекты и партнёры / В. Макарова // Библиополе. – 2018. – № 6. – С. 39–42. *Методические рекомендации по продвижению услуг библиотеки среди пользователей.*

Мирошниченко, С.Ю. Контент современной библиотеки в социальных сетях / С.Ю. Мирошниченко, Г.С. Волгина // Донецкие чтения 2019 : образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : материалы IV Международной научной конференции / под общ. ред. С.В. Беспаловой. – Донецк : Донецкий национальный университет, 2019. – С. 282–284.

Митина, И.Д. Изучение специфики современной коммуникации в интерактивных социальных сетях в контексте профессиональной подготовки организатора работы с молодёжью / И.Д. Митина, А.В. Крючкова // Симбирский научный вестник. – 2016. – № 3. – С. 51–59. *Деятельность специалиста по работе с молодёжью в социальных сетях является необходимой, поскольку именно влияние информационных технологий приводит к изменению традиционных сфер коммуникаций в молодежной среде.*

Михайлова, А. Новые тренды SMM, которые изменят ваше продвижение в соцсетях в 2020 году / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2020. – № 1. – С. 32–35.

Михайлова, А. Пошаговая инструкция. Как настроить "Инстаграм", чтобы продвигать учреждение культуры / А. Михайлова // Справочник руководителя учреждения культуры. – 2019. – № 11. – С. 32–38. *Пошаговая инструкция, как создать аккаунт учреждения культуры и продвигать его в "Инстаграм".*

Михайлова, А. Учреждение публикует посты и фото с мероприятий в соцсетях. Как оценить, приносит ли это учреждению бонусы / А. Михайлова

// Справочник руководителя учреждения культуры. – 2019. – № 12. – С. 22–25. *О составлении отчета о работе в социальных сетях.*

Мозговая Ю. Новые библиотекари – кто они? / Ю. Мозговая // Библиотечное дело. – 2019. – № 9. – С. 34–35. *О проекте "Новые библиотекари" в Инстаграм. Долгосрочный инновационный проект – летопись будней и праздников.*

Морозова, К. А. Продвижение книги в Instagram / К.А. Морозова, А.А. Осипенко // Современная библиотека. – 2018. – № 1. – С. 26–29. *Технические возможности продвижения книг и чтения в социальной сети "Instagram".*

Морозова, К. Хэштег : заветное слово / К. Морозова, А. Осипенко // Библиотека. – 2017. – № 11. – С. 48–51. *В статье рассмотрены особенности продвижения книги и чтения в приложении "Инстаграм". Из опыта работы библиотеки имени Н. Гоголя г. Новокузнецка.*

Москаленко, Е.А. Социальные сети как средство интернет-представительства библиотеки / Е.А. Москаленко // Культурные тренды современной России : от национальных истоков к культурным инновациям : сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции. – Белгород : Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2019. – Т. 1. – С. 382–385. *Проанализированы основные проблемы развития интернет-представительства библиотек через социальные сети.*

Нещерет, М.Ю. Отражение профессиональных читательских интересов библиотечных специалистов в социальной сети Facebook / М.Ю. Нещерет // Румянцевские чтения – 2019. Материалы Международной научно-практической конференции : в 3 частях. – Москва : Пашков дом, 2019. – С. 208–212. *Статья посвящена исследованию профессиональных читательских интересов специалистов библиотечной сферы, выполненному на основе применения метода анализа социальной сети Facebook.*

Нещерет, М.Ю. Отражение профессиональных читательских интересов библиотекарей: результаты анализа библиотечной блогосферы и социальной сети / М.Ю. Нещерет // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2019. – № 4. – С. 74–78. *Статья посвящена исследованию профессиональных читательских интересов специалистов библиотечной сферы, выполненному на основе применения метода анализа библиотечных блогов и социальной сети Facebook. Автор выделяет два блока профессиональных читательских интересов, отражающих информационные потребности библиотекарей: общепрофессиональные, обусловленные принадлежностью к профессиональному сообществу, и специфические, обусловленные частными факторами.*

Новикова, Т.Е. Симулятивная сущность социальных сетей (на примере Instagram) / Т.Е. Новикова // Знак : проблемное поле

медиаобразования. – 2016. – № 5. – С. 69–71. *Объектом исследования данной статьи является модель современных социальных сетей, адресованных молодежи.*

Новоселова, А.Н. Использование социальных сетей для популяризации фондов Библиотеки Российской академии наук (на примере газетного фонда) / А.Н. Новоселова // Румянцевские чтения – 2019. Материалы Международной научно-практической конференции : в 3 частях. – Москва : Пашков дом, 2019. – С. 224–229. *Статья посвящена деятельности Газетного фонда Библиотеки Российской академии наук в социальных сетях, путях продвижения публикаций и оценке результатов размещения материалов фонда.*

Огнева, И. 1001 способ стать интересным. Работаем над формой и содержанием / И. Огнева // Библиотека. – 2017. – № 9. – С. 20–26. *Советы по размещению информации в социальных сетях.*

Осанкина, Т.А. Инфографика : первые шаги / Т.А. Осанкина // Современная библиотека. – 2019. – № 3. – С. 19–21. *О том, как использовать инфографику в библиотечной деятельности и с помощью каких сервисов её создавать.*

Павлюченко, Г.В. Виртуальные представительства муниципальных библиотек Томска в социальных сетях // Г.В. Павлюченко, А.С. Карауш // Книга. Культура. Образование. Инновации "Крым–2017" : материалы Третьего Международного профессионального форума. – Москва : Государственная публичная научно-техническая библиотека России, 2017. – С. 97–102. *Представлены основные моменты работы муниципальных библиотек Томска в виртуальном пространстве. Определены преимущества, приводятся перечни проблем и возможных решений, а также особенности работы сотрудников муниципальных библиотек в социальных сетях. Перечисляются основные, по мнению авторов, показатели эффективности сетевой работы организации.*

Писаренко, Л.М. Основные направления инновационной деятельности научной библиотеки вуза / Л.М. Писаренко // Научные и технические библиотеки. – 2019. – № 6. – С. 21–27. *Представлен опыт работы Научной библиотеки Витебского государственного университета им. П.М. Машерова. Раскрыт опыт работы библиотеки в социальных сетях. Отмечены такие инновационные формы работы по продвижению чтения, как виртуальные книжные выставки, обзоры новых поступлений.*

Площадка для виртуального общения : круглый стол "Библиотека в социальных сетях" // Библиополе. – 2018. – № 2. – С. 8–15. *В круглом столе приняли участие библиотеки из Норильской ЦБС, городов Пскова,*

Сыктывкара, Пензы и Сургута, Пермского края, Белгородской, Архангельской и Свердловской областей.

Порохова, О. Что, где, когда : золотые правила для пишущего специалиста / О. Порохова // Библиотека. – 2019. – № 1. – С. 27–30. *Статья представляет собой мастер-класс по написанию текстов для СМИ и социальных сетей. Разобраны удачные и неудачные примеры текстов.*

Потапова, Р.П. Роль социальной сети "LiveLib" в совершенствовании библиотерапевтической методики / Р.П. Потапова // Ученые записки (Алтайская государственная академия культуры и искусств). – 2020. – № 1. – С. 85–91. *На примере работы социальной сети, объединяющей любителей книг и чтения, – отечественного литературного портала "LiveLib" (существует с 2007 г.) – охарактеризованы некоторые особенности современных виртуальных сообществ читателей, где основной медиаконтент производится пользователями соцсети. Представлено описание наиболее распространённых инструментов и средств популяризации чтения в среде современных интернет-пользователей.*

Пушкарская, Е. Как закидывать невод, или Что приносят социальные сети / Е. Пушкарская // Независимый библиотечный адвокат. – 2016. – № 5. – С. 37–41. *О рекламе библиотек в социальных сетях на примере Алтайской краевой универсальной научной библиотеки имени В. Я. Шишкова.*

Пушкарская, Е.О. Конверсия в библиотечных коммуникациях : ради чего весь шум / Е.О. Пушкарская // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2018. – № 13–2. – С. 264–271. *Рассматривается конверсия библиотечных коммуникаций и её разновидности, алгоритм вычисления и способы увеличения данного показателя эффективности работы по продвижению товаров и услуг библиотеки. Представлены примеры из практики Алтайской краевой универсальной научной библиотеки им. В. Я. Шишкова.*

Радюхина, А.В. Вдохновляемся "ВКонтакте" : опыт работы в социальной сети / А.В. Радюхина, Г.Б. Мирошкина // Современная библиотека. – 2016. – № 2. – С. 24–27. *Создание отделом каталогизации муниципальной информационной библиотечной системы г. Томска группы в социальной сети "ВКонтакте" для продвижения чтения и популяризации книг.*

Раздолянский, А.В. Современная рекламная деятельность в соцсетях на примере Instagram / А.В. Раздолянский // Образование и наука без границ : фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 4. – С. 117–119. *Описывается становление и развитие социальной сети Инстаграм, освещается рекламная деятельность этой сети, особенности рекламы в ней, а также перспективы дальнейшего развития.*

Редькина, Н.С. Оценка деятельности библиотеки в социальных сетях инструментами веб-аналитики / Н.С. Редькина // Научные и технические библиотеки. – 2018. – № 3. – С. 16–23. *На основе изучения исследований различных аналитических компаний представлены обобщённые данные о популярности социальных сетей (Facebook, Instagram, ВКонтакте, Twitter и др.) в России и мире, о степени активности их пользователей.*

Репницын, И.С. Пользование социальными сетями в процессе написания самостоятельной работы / И.С. Репницын, А.Е. Жижелев, А.А. Темербекова // Информация и образование : границы коммуникаций. – 2017. – № 9. – С. 143–144. *В данной статье рассматривается использование ресурсов социальных сетей в учебном процессе.*

Решетникова, Н.В. Развитие виртуальных коммуникаций современной библиотеки / Н.В. Решетникова // Студенческая наука и XXI век. – 2018. – № 2–2. – С. 107–110. *Рассмотрена роль виртуальных коммуникаций в библиотечной деятельности. Обоснована необходимость ведения библиотечных сайтов. Описан положительный результат использования социальных медиа в продвижении библиотек. Сформулированы факторы успешности виртуальных коммуникаций библиотеки.*

Ринчинова, Ю.С. Продвижение библиотек Бурятии в социальных сетях / Ю.С. Ринчинова // Одиннадцатые Макушинские чтения : материалы научной конференции / отв. ред. С.Н. Лютов. – Новосибирск : Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН), 2018. – С. 344–350. *В статье рассмотрены варианты продвижения библиотек Республики Бурятия в социальных сетях.*

Рубанова, Т.Д. Книжные паблики в "Инстаграме" / Т.Д. Рубанова // Библиосфера. – 2020. – № 1. – С. 39–45. *В статье рассмотрен маркетинговый потенциал книжных пабликов в социальной сети "Инстаграм". Проанализированы успешные практики работы издательств и книготорговых организаций на площадке "Инстаграма" с точки зрения текстового контента, визуального оформления.*

Рубанова, Т.Д. Поддержка чтения в пространстве книжных социальных сетей / Т.Д. Рубанова // Вестник культуры и искусств. – 2018. – № 3. – С. 45–53. *Представлен анализ феномена книжных социальных сетей и их участия в поддержке чтения. Проанализированы инструменты поддержки чтения – Livlib.ru, Bookmix.ru: книжный вызов и книжный марафон, наиболее результативные с точки зрения активизации чтения, расширения читательского кругозора и формирования позитивных навыков фазы постчтения. Дана характеристика особенностей продвижения книги в YouTube и Instagram.*

Рысухина, А.А. Социальные сети как элемент взаимодействия с пользователями библиотеки / А.А. Рысухина // Культурные тренды современной России : от национальных истоков к культурным инновациям : сборник материалов VII Всероссийской научно–практической конференции. – Белгород : Белгородский государственный институт искусств и культуры, 2019. – Т. 2. – С. 157–160. *Рассматривается социальная сеть как один из элементов библиотечного обслуживания пользователей библиотеки. Раскрывается специфика работы сотрудника библиотеки в социальных сетях, подставлен опыт работы Белгородской государственной универсальной научной библиотеки.*

Свергунова, Н.М. Библиотеки в социальных сетях : необходимость или дань моде / Н.М. Свергунова // Научные и технические библиотеки. – 2016. – № 5. – С. 52–58. *Рассмотрены вопросы целесообразности и эффективности деятельности библиотек в блогосфере и социальных сетях. Обоснована необходимость разработки законодательных актов, регламентирующих работу библиотек в соцсетях.*

Свергунова, Н.М. Библиотеки вузов центрально-чернозёмного региона Российской Федерации в социальных сетях / Н.М. Свергунова // Культура. Наука. Творчество : XIII Международная научно-практическая конференция, посвящённая 75-летию освобождения Беларуси от немецко-фашистских захватчиков : сборник научных статей / ред. А.А. Корбут [и др.]. – Минск : Белорусский государственный университет культуры и искусств, 2019. – С. 428–433.

Святскова И.В. "Книжная Табакерка" : лучшая группа городской библиотеки в социальной сети "ВКонтакте" – 2017 / И.В. Святскова // Библиотечное дело. – 2018. – № 4. – С. 43–44. *Представлен опыт функционирования группы библиотеки "Измайловская", филиала № 6 МЦБС им. Лермонтова в социальной сети "ВКонтакте".*

Седова, К.А. Библиотека в виртуальном пространстве : опыт работы национальной библиотеки Удмуртской Республики в социальной сети "ВКонтакте" / К.А. Седова // Европейский и отечественный опыт инновационной культуры и отношений интеллектуальной собственности : коммуникативные аспекты : сборник материалов Всероссийской конференции с международным участием. – Ижевск : Удмуртский университет, 2019. – С. 160–165. *Раскрывается деятельность Национальной библиотеки Удмуртской Республики в социальной сети "ВКонтакте". Предоставлены статистические данные анализа деятельности библиотеки в виртуальном пространстве.*

Семячко, А. Новые возможности соцсети "ВКонтакте", чтобы заинтересовать читателей / А Семячко // Справочник руководителя

учреждения культуры. – 2020. – № 5. – С. 46–48. *Питерской библиотекой разработана новая форма - квест #Пройдемся_Питер внутри социальной сети "ВКонтакте"*.

Сизых, И. Н. Социальные сети : зло или благо / И.Н. Сизых // Современная библиотека. – 2017. – № 5. – С. 32–35. *Опыт работы в социальных сетях библиотеки Новосибирского педагогического университета.*

Соколова, А.В. Библиотеки Петербурга в Instagram / А.В. Соколова // Современная библиотека. – 2018. – №7. – С. 36–39. *Автор статьи рассматривает причины низкой эффективности использования данной площадки, опираясь на опыт ведения профессионального аккаунта.*

Сыромятникова, С. С. Социальные сети как инструмент продвижения чтения // Современная библиотека. – 2016. – № 7. – С. 30–32. *Рассматриваются правила ведения и основные ошибки библиотечных групп в социальной сети "ВКонтакте"*.

Сыромятникова, С.С. "ВКонтакте" с абонентом : расскажем о себе в сетях / С.С. Сыромятникова // Библиотека. – 2016. – № 8. – С. 30–32.

Трябин, Н.А. Букблогинг и библиотеки / Н.А. Трябин // Молодые в библиотечном деле. – 2019. – № 5. – С. 55–58. *Рекомендации для библиотечных работников о том, как в социальных сетях писать отзывы и рецензии на новые книги, поступающие в библиотеку. Из опыта библиотеки семейного чтения № 217 г. Москвы.*

Тулупова, Е.В. Инновационные формы информационно-библиографического обслуживания пользователей в онлайн-среде / Е.В. Тулупова // Библиотеки в информационном обществе : сохранение традиций и развитие новых технологий : доклады III Международной научной конференции. – Москва : Ковчег, 2018. – С. 185–194. *Дана характеристика онлайн-запросов пользователей Национальной библиотеки Беларуси (НББ). Рассматривается обслуживание в синхронном режиме с применением чат-технологии и возможностей социальной сети ВКонтакте. Раскрыто применение технологии скринкастинга для создания видеоуроков. Описаны новые библиографические онлайн-сервисы НББ.*

Тумасян, А.А. Instagram как дополнительный ресурс для продвижения имиджа библиотек / А.А. Тумасян // Научная палитра. – 2019. – № 2. – С. 27. *Рассматривается одна из популярных социальных сетей Instagram как дополнительный ресурс для продвижения имиджа библиотек, а также их услуг в информационном обществе, на примере контента библиотек г. Краснодара.*

Уварова, Е. Не заставляй скучать Ждуна! : неформальные контакты с пользователем / Е. Уварова // Библиотека. – 2019. – № 6. – С. 39–34. *Автор статьи уверена: активная позиция библиотеки в социальных сетях – верный способ поднять её престиж как учреждения.*

Уварова, Е.В. Сетевой диалог : новые инструменты продвижения библиотечных услуг / Е.В. Уварова // Библиотечное дело. – 2019. – № 22. – С. 16–18. *В статье уделено внимание взаимоотношениям библиотеки с молодёжью. Проанализирован опыт работы центральной городской библиотеки имени А. С. Пушкина г. Орла в социальной сети ВКонтакте.*

Уварова, Е.В. Социальные сети : площадка диалога / Е.В. Уварова // Современная библиотека. – 2018. – № 9. *О работе ЦБС г. Орла в социальных сетях.*

Ударцева, О.М. Веб-инструменты оценки социальных аккаунтов библиотек / О.М. Ударцева, Н.С. Редькина // Труды ГПНТБ СО РАН. – 2018. – № 13–2. – С. 154–171. *Представлена динамика популярности терминов, связанных с социальными сетями. Проведен сравнительный анализ выбранных веб-инструментов Social Media Marketing и классифицированы их виды. Проанализированы возможности веб-инструментов для продвижения аккаунтов библиотек в социальных медиа на примере аккаунта ГПНТБ СО РАН в Facebook.*

Фёдоров, А. Неформальное общение в виртуальном пространстве : стратегия и тактика ведения библиотечного блога / А. Фёдоров // Библиополе. – 2016. – № 5. – С. 17–22.

Харитонова, С.В. Информационная политика библиотеки в социальных сетях / С.В. Харитонова // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество : материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под ред. И.Ю. Акифьевой. – Самара : Самарский государственный институт культуры, 2018. – С. 228–233. *В статье представлены вопросы реализации информационной политики отечественных библиотек. Исследованы основные факторы, влияющие на этот процесс: изменение отечественного законодательства, противоречия в обществе, развитие медийного и информационного пространства, активизация работы в социальных сетях и другие.*

Холхунова, О.С. Специалист библиотеки по работе в социальных сетях : общественная нагрузка или штатная единица? / О.С. Холхунова // Научные и технические библиотеки. – 2019. – № 3. – С. 63–74. *Рассмотрены проблемы интеграции библиотечных услуг в социальные медиа. Раскрыты основные направления деятельности библиотечного специалиста, занимающегося работой в социальных медиа. Сделан вывод: в библиотеке,*

имеющей представительство в социальных сетях, должен быть сотрудник по работе в социальных сетях на отдельной ставке, который также занимается дистанционным библиотечно-информационным обслуживанием.

Холявина, О.А. Взаимодействие с читателями посредством социальной сети "ВКонтакте" : опыт библиотек Ханты-Мансийского автономного округа – ЮГРЫ / О.А. Холявина // Труды ГПНТБ СО РАН. Материалы межрегиональной научно-практической конференции / отв. ред. Е.Б. Артемьева, О.Л. Лаврик. – Новосибирск : Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН), 2017. – С. 270–277. *Социальные сети, которыми активно пользуются библиотеки, способствуют продвижению библиотечных услуг. Среди преимуществ социальных сетей можно выделить возможность прямого и неформального общения с аудиторией.*

Чазова, С.А. Интернет-представительство библиотеки в социальных сетях / С.А. Чазова // Культура: теория и практика. – 2016. – № 3. – С. 12. *Рассматриваются проблемы организации диалога с читателями на основе интернет-представительства библиотеки в социальных сетях. Сервисы социальных сетей анализируются с точки зрения их приложения для решения актуальных задач современного библиотечного дела.*

Черкашина, А.В. "ВКонтакте книга" : создаем позитивный контент / А.В. Черкашина // Библиотечное дело. – 2017. – № 15. – С. 20–21. *О популяризации книги и чтения в молодёжной среде через социальные сети.*

Шинковская, В. Ставим сети ... на пользователя : привлечение читателей с помощью средств социальных медиа / В. Шинковская // Библиополе. – 2016. – № 2. – С. 38–40. *О работе Липецкой областной детской библиотеки в социальных сетях.*

Шубникова, Ю. Ищите нас в "ЖЖ"! / Ю. Шубникова // Библиотека. – 2017. – № 10. – С. 15–19. *Описывается многолетний опыт библиотек Красноярского края по ведению блогов "День за днём, книга за книгой", "Краевушка" и Живого журнала.*

Щитко, В.С. Особенности взаимодействия общедоступных библиотек с читателями в сети Интернет / В.С. Щитко // Евразийское Научное Объединение. – 2019. – № 5–5. – С. 356–358. *Рассматриваются основные формы взаимодействия общедоступных библиотек с читателями. На конкретных примерах проиллюстрирована каждая из перечисленных форм.*

Эсмантов, Д.С. Интерактивные интернет-сервисы / Д.С. Эсмантов // Современная библиотека. – 2017. – № 10. – С. 29–33. *О представительстве в социальных сетях Ульяновской областной библиотеки для детей и юношества им. С.Т. Аксакова.*

Яненко, А.Н. Библиотечные страницы в социальных сетях : реклама и продвижение / А.Н. Яненко // Донецкие чтения – 2019 : образование, наука, инновации, культура и вызовы современности : материалы IV Международной научной конференции / под общ. ред. С.В. Беспаловой. – Донецк : Донецкий национальный университет, 2019. – С. 322–325.

Ястребкова, А. Как поймать в сети пользователя? : литературные острова в океане развлекательного контента / А. Ястребкова // Библиотека. – 2019. – № 10. – С. 20–24. *Из опыта Саратовской областной научной библиотеки по продвижению аккаунта в социальной сети "ВКонтакте".*

**Инновации в современной библиотеке:
социальные сети и мультимедийные технологии**

Составитель: А.З. Позин
Отв. за вып.: В.В. Гончарова
Редактор: С.И. Малахова

Краснодарская краевая универсальная научная
библиотека им. А.С. Пушкина
350063, г. Краснодар, ул. Красная, 8

Подписано в печать 03.08.2020. Печать ризограф.
Формат 60x84. Уч.–изд. 4 л.
Тираж 60 экз.

Отпечатано с оригинал–макета,
подготовленного электронным способом