

Кировский район Ленинградской области

**Муниципальное казенное учреждение культуры
«Центральная межпоселенческая библиотека»**

**Методические рекомендации
по проведению онлайн-мероприятий
в библиотеке**



Кировск, 2023

В методическом издании рассматриваются основные формы онлайн-мероприятий с примерами и алгоритмом их проведения, а также библиотечные интернет-площадки, онлайн-сервисы и приложения. Издание адресовано библиотекарям общедоступных библиотек.

Содержание:

1. Вступление	3
2. Формы онлайн-мероприятий в библиотеке	3
Виртуальная экскурсия	4
Виртуальные книжные выставки	4
Онлайн-обзор литературы	5
Громкие чтения	5
Виртуальные встречи с писателями и творческими людьми	5
Буктрейлер	6
Вебинар	6
Прямой эфир	6
Мастер-класс	7
Интеллектуальная игра	7
Квизы	8
Сетевые акции и конкурсы	8
Челлендж	8
Флешмоб	8
Аудиогид	9
Подкасты	9
3. Алгоритм проведения онлайн-мероприятия	9
4. Трудности и ошибки в организации онлайн-мероприятий	11
5. Полезные ссылки и сервисы	12
6. Список используемых источников	13

Вступление

Для эффективной работы по созданию медиапродуктов высокого профессионального качества, которые способны привлечь современных пользователей, работникам библиотек необходимы знания компьютерных программ и навыков пользования ими.

Целью настоящей разработки является оказание методической помощи в подготовке проведения онлайн-мероприятий в социальных сетях, блогах и на библиотечных сайтах. В сборнике рассматриваются основные формы онлайн-мероприятий (включенные в перечень удаленных мероприятий, утвержденный Приказом Росстата от 18.10.2021 № 713 «Об утверждении форм федерального статистического наблюдения с указаниями по их заполнению ...») с примерами и алгоритмом их проведения, а также библиотечные интернет-площадки, онлайн-сервисы и приложения, интересные для использования в работе.

«К числу библиотечных мероприятий в удаленном режиме относятся: экскурсии (по зданию, экспозиции, кварталу и т. п.); выставки; видео- и аудиообзоры литературы; моноспектакли или кукольные спектакли, концерты; громкие чтения; встречи с писателями, известными людьми; презентации книг; конференции; вебинары; лекции; мастер-классы и другие обучающие занятия; акции и конкурсы; викторины; показы фильмов, перешедших в общественное достояние (созданные в 1950 году и ранее)» (Приказ Росстата от 18.10.2021 № 713)

Привлечь! Удивить! Удержать! – НОВЫЕ роли библиотек



Виртуальная экскурсия (путешествие, прогулка, круиз и т.п.) – коллективное или индивидуальное знакомство с достопримечательностями в виртуальном режиме. Виртуальная экскурсия может быть представлена: как информационный пост в социальных сетях, видеоролик (презентация) или онлайн-трансляция (в режиме реального времени).



Пример: [Виртуальная экскурсия по библиотеке](#)

Виртуальные книжные выставки – это вид информационно-библиотечного обслуживания, являющийся синтезом традиционного (книжного) и нового (электронного) способов предоставления информации.



Существуют различные формы представления виртуальных книжных выставок (в скобках указаны программы и онлайн-сервисы для создания выставки):

1. Презентация (Power Point, Slide Share);
2. Слайд-презентация (слайд-шоу) обложек и кратких аннотаций к книгам с музыкальным сопровождением (Power Point, Photopeach, Photosnack);
3. Видеообзор с рекомендациями библиотекаря, записью «громких чтений», видеовпечатлений читателей и известных в городе людей;
4. Выставка книг в виде интерактивного плаката (Power Point с использованием гиперссылок, ThingLink) и другие.

Выставки по-прежнему остаются самым популярным и одним из базовых средств доведения информации до пользователей библиотек.

Виртуальная выставка, в сравнении с традиционной, предоставляет дополнительные возможности и преимущества. Использование информационных технологий делает виртуальную выставку живой и динамичной.

Пример: [Виртуальная книжная выставка "Караван национальных культур"](#)

Онлайн-обзор литературы – это последовательный рассказ о книгах или периодических изданиях, осуществляемый в виртуальном пространстве. Может быть в виде видеоролика или презентации. Самое главное в онлайн-обзоре – не пересказывать сюжет книги, а заинтересовать потенциального читателя, побудить его к прочтению книги или журнала. В конце каждого обзора нельзя забывать давать ссылку на фонд библиотеки и электронный ресурс, где можно прочесть рекомендуемую литературу.



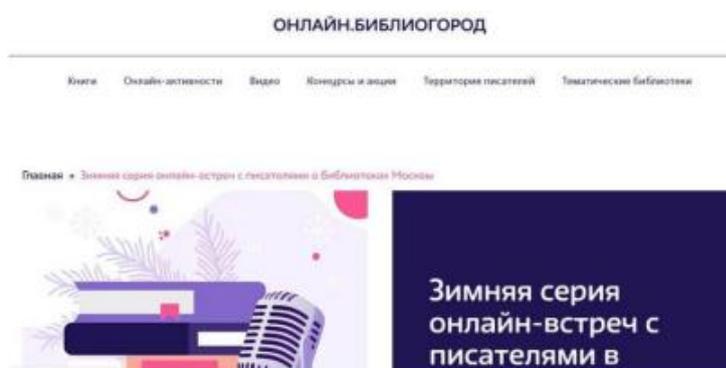
Пример: [С.А. Есенин. Обзор литературы библиотеки им. Н.К. Крупской](#)

Громкие чтения – прочтение отрывков или полных текстов художественных произведений в удаленном режиме. Чтения могут быть индивидуальными, по ролям, театрализованными, за кадром и др.

Примеры: [Добрые сказки. Синявинская библиотека-1](#)

[День доброты в библиотеке](#)

Виртуальные встречи с писателями и творческими людьми – это заранее согласованная встреча двух и более людей в виртуальном пространстве. Все участники встречи: и ведущий, и приглашенные гости, территориально могут находиться в разных географических точках, но это не является препятствием для их встречи и общения.

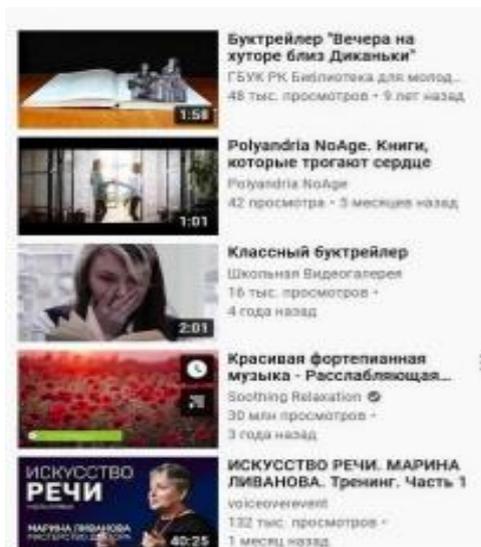


Мероприятие проходит по сценарию, который может включать в себя: биографию и интересные факты из жизни и творчества автора, викторину или другие игровые элементы, обзор литературы. Перед онлайн-встречей составляется список примерных вопросов к писателю. Ведущий мероприятия

придерживается сценария, следит за продолжительностью беседы. Следует также предусмотреть для аудитории возможность задать вопрос автору.

Пример: [Онлайн.Библиогород](#)

Буктрейлер – это короткий видеоролик, рассказывающий в произвольной художественной форме о какой-либо книге. Буктрейлер, пожалуй, самый популярный жанр библиотечного видео, используемого при подготовке презентации книги или мероприятия.



По способу визуального воплощения текста буктрейлеры бывают:

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

По содержанию буктрейлеры бывают:

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

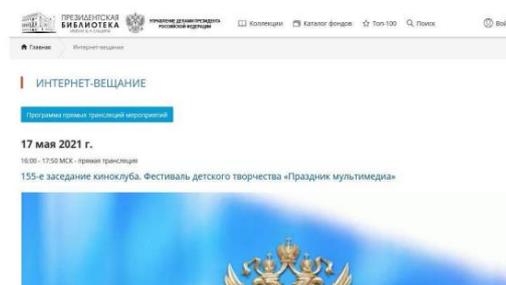
Пример: [Вебинар о том, как создать буктрейлер "Тристания": буктрейлер издательства "Polyandria NoAge"](#)

Вебинар – разновидность веб-конференции, проведение онлайн-встреч или презентаций через интернет с возможностью обратной связи в режиме реального времени. Для организации вебинара используется приложение в мессенджере с возможностью видеосвязи.

Данный вид онлайн-мероприятия можно также использовать при организации и проведении лекций.

Пример: [Вебинар "Молодежь в библиотеке"](#)

Прямой эфир – процесс непосредственной передачи телевизионного или радиосигнала с первого дубля с места проведения записи в эфир, то есть трансляция сигнала в реальном

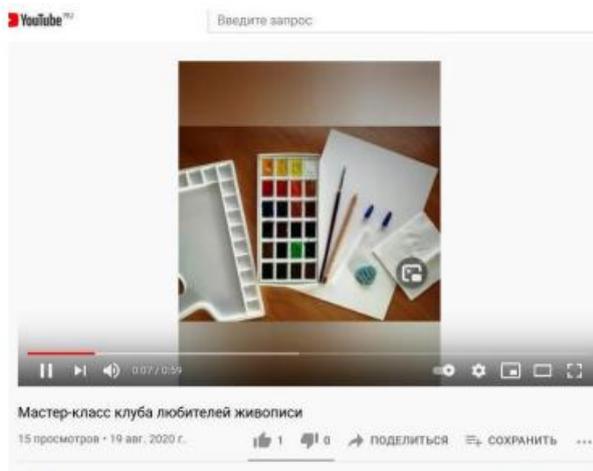


времени.

Возможности Прямой эфир также не ограничиваются набором каких-либо определенных видов мероприятий. Данный процесс передачи информации можно использовать при проведении практически любого удаленного библиотечного мероприятия.

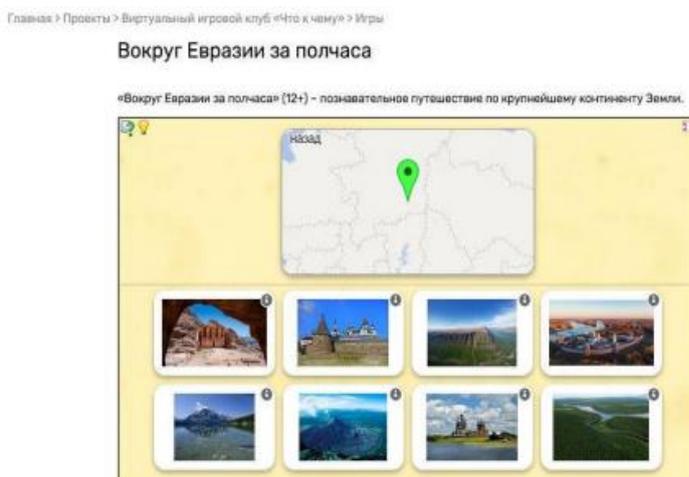
Пример: [Прямой эфир. Президентская библиотека им Б. Ельцина](#)

Мастер-класс (англ. «master» – специалист высокой квалификации; «class» – занятие) – интерактивное занятие в виртуальном пространстве, во время которого все процессы осуществляются на практике и с участием слушателей. Может быть представлен в виде прямого эфира, видеоролика, фотографий с описанием процесса изготовления какого-либо изделия.



Пример: [Рисуем закат акварельными красками](#)

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



Пример: [МБУ ЦБС Чувашской Республики. Онлайн-игра "Гагарин: человек и легенда"](#)

В последнее время активно набирают популярность **квизы** – небольшие викторины, которые вовлекают пользователя в игру. Пользователю должно быть интересно, он не должен устать – оптимальным будет 7-15 вопросов на квиз, не больше. Результат высвечивается сразу или присылается на почту, а после получения его можно опубликовать в социальных сетях.

Пример: [Пазл-квиз "Добро пожаловать в Мультиляндию"](#)

Сетевые акции и конкурсы – комплексные мероприятия, вовлекающие большое количество людей и направленные на продвижение чтения в виртуальном пространстве. Пользователи охотно отзываются на участие в акциях, суть которых в выполнении определенного задания и публикации видео- и фотодокументов под хэштегом акции. Сетевые акции, конкурсы стимулируют интерес к чтению.

Пример: [Челлендж #Литкарантин: любимые книги в новом прочтении](#)

Челлендж (англ. «challenge» – задача, вызов) – интернет-ролик, в котором библиотекарь выполняет задание (действие) на видеокамеру и размещает его в сети, а затем предлагает повторить это задание своим подписчикам или неограниченному кругу пользователей.

Пример: [Книжный челлендж библиотеки Светловка](#)

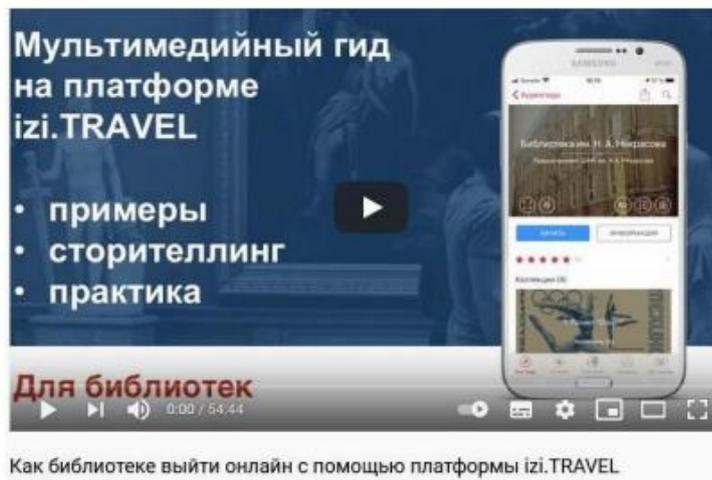
Флешмоб (англ. flash – вспышка, мгновение; mob – толпа, сборище) заранее спланированная массовая акция, в которой большая группа людей (одновременно) выполняет заранее оговорённые однотипные действия по сценарию.

Пример: [Флешмоб в библиотеке](#)

Хочу отметить, что при организации онлайн-мероприятий можно использовать и такие виды удаленных мероприятий, как **Аудиогид** и **Подкаст**. Данный формат можно применить при подготовке лекций, обзоров новых поступлений, онлайн экскурсий и т.п.

Аудиогид – это аудиоконтент, который привязывается к точке на карте или к экспонату с последующим его воспроизведением. Аудиогид может быть познавательным или информативным.

Он может рассказывать историю места, описывать нечто интересное с культурной, исторической и любой другой точки зрения; либо знакомить, давать краткую информацию, направлять пользователя для дальнейших самостоятельных действий.



Сервис izi.TRAVEL предлагает библиотекам воспользоваться услугой создания аудиогuida. izi.TRAVEL – это бесплатная и открытая платформа, все права на материалы, которые вы разместили в izi.TRAVEL, остаются за вами.

Пример: [Как библиотеке выйти онлайн с помощью платформы izi.TRAVEL](#)

Подкасты – аудиопередача, представленная как отдельный файл или серия файлов, напоминающая классические программы на радио, но распространяемая по интернету с возможностью подписки. Подкаст может быть в любое время прослушан на телефоне, плеере, планшете, компьютере. Важно понимать, что основа подкаста – это именно аудио, даже если он выложен в формате видео. Если подкаст идёт в прямом эфире, а видео демонстрирует участников, то это можно назвать стримом.

Пример: [Подкаст Аудитория РГБМ](#)

Алгоритм проведения онлайн-мероприятия

Перед проведением онлайн-мероприятий необходимо тщательно спланировать его организацию. Подготовку к мероприятию можно разделить на несколько этапов:

Подготовительный этап

- Определение темы, постановка целей и задач мероприятия, уточнение аудитории.

- Определение содержания мероприятия, разработка сценария (онлайн-концерт), положения (онлайн-конкурс, онлайн-акция, онлайн-марафон), программы (вебинар).
- Определение формата онлайн-мероприятия (вебинар, онлайн мастер-класс, челлендж, онлайн-акция, онлайн-флешмоб, онлайн-конкурс, онлайн-концерт, виртуальная выставка и т.д.).
- Определение участников (актеров, ведущих, жюри и т.д.).
- Подготовка и распределение заданий, объяснение условий, правил или распределение ролей.
- Определение продолжительности мероприятия.

Если предусмотрен интерактив с аудиторией, то учитывается дополнительное время.

Технический этап

- Подготовка и проверка оборудования и технических средств. Выбор интернет-платформы.
- Репетиция, корректировка сценария, съемки, качественный монтаж.
- Определение времени трансляций и публикаций мероприятий.
- Приглашение зрителей, гостей (афиша, анонс, программа передач).
- Создание тематических рубрик, уникальных хэштегов, чтобы пользователям было удобно искать публикации.

Основной этап

- Оформление площадки, установка оборудования.
- Проведение онлайн-мероприятия (запись мероприятия, чтобы участники, которые не смогли присоединиться в онлайн-режиме, имели возможность посмотреть событие позже, в удобное время).
- Анализ проведенного мероприятия, обсуждение с коллегами и участниками.
- Подготовка пост-релиза, фото-, видео- и инфоотчетов, а также скриншотов веб-страниц проведенного мероприятия.

Трудности и ошибки в организации онлайн-мероприятий

При организации любого мероприятия, вне зависимости от формата проведения (офлайн или онлайн), могут возникнуть трудности. Рассмотрим самые распространенные ошибки, которые можно откорректировать, предположив, что реклама по сбору аудитории на мероприятие была проведена успешно.

Неудобное время. Если так случилось, что ваш прямой эфир совпадает по часам с рабочим временем или с другими важными делами подписчиков, то часть аудитории неизбежно сделает выбор не в вашу пользу. По статистике, утром в понедельник и во второй половине дня в пятницу трудно собрать аудиторию. Примите этот факт во внимание при планировании.

Продолжительность. Время – единственный невозполнимый ничем ресурс. Длительность одного доклада должна быть не более 10-15 минут, а все мероприятие, вместе с последующим после выступлений спикеров обсуждением, желательно вмести в 1,5 часа, иначе мало кто досмотрит ваш эфир до конца.

Неинтересный контент. Любой контент имеет свою аудиторию. Если во время выступления вы чувствуете, что зрителям не интересна представленная вами тема и нет вовлеченности в общение, стоит скорректировать содержание и внести необходимые изменения в работу.

Отсутствие связи с участниками после мероприятия. Общение со зрителями – важная часть продвижения любого контента. Не забудьте поблагодарить всех за участие, поделитесь полезным контентом и предложите подписаться на свою страницу в социальных сетях, чтобы люди могли отслеживать расписание следующих мероприятий.

Делать перерывы. Не нужно делать перерывы между докладами и блоками конференции, в том числе, если она идет целый день. В отличие от офлайна, в онлайн даже из-за небольшой 15-минутной паузы можно потерять значительную часть аудитории.

Ставить хедлайнеров в конец программы. Это практически традиция для офлайн-конференции, но для онлайн-мероприятия такой подход к формированию программы может обернуться провалом. Участники конференции, как правило, заранее изучают программу и часто подключаются только на определенных лекторов. Единственное, что может заставить зрителей послушать больше выступлений – это равномерное распределение топовых экспертов.

Отвечать на вопросы из чата во время доклада. Такой формат взаимодействия с аудиторией подходит только для вебинаров с единственным

докладчиком и прямых эфиров с блогерами. С другой стороны, полностью игнорировать вопросы нельзя, ведь в онлайн и так не хватает коммуникации со зрителями. Решить данную проблему возможно следующим способом: попросить зрителей писать все вопросы в чат, указывая имя спикера, которому адресован вопрос, и поручить ответственному человеку собирать их в отдельный документ, проводя первичный отсев нерелевантных вопросов. Если после докладов была запланирована панельная дискуссия, вопросы передаются модератору, чтобы он выбрал из них самые интересные. Такая механика позволяет спикерам не отвлекаться во время доклада, а участникам – услышать разбор только актуальных вопросов.



ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ И СЕРВИСЫ



Предлагаем вашему вниманию веб-сервисы и ссылки для создания различных информационных продуктов для последующего использования их в профессиональной деятельности и при подготовке онлайн-мероприятий.

LearningApps.org – онлайн-сервис предназначен для создания игр, викторин в форме кроссворда или с выбором правильного ответа и др.;

Thinglink.com – онлайн-сервис для создания разнообразного интерактивного контента: интерактивных плакатов, инфографики, маршрутных листов, лент времени и др.;

Onlinetestpad.com – бесплатный многофункциональный сервис (конструктор опросов, тестов, логических игр, кроссвордов);

[1001 викторина](http://1001викторина) – портал викторин;

bibl1.rusedu.net – портал библиоигр;

bibliogames.ru – портал библиоигр;

Konkurs-online.ru – сервис для автоматизации конкурсов;

Webmeetings.ru/tools/webinar – топ 10 сервисов для проведения вебинаров;

Pushkinmuseum.art – инструкция по использованию виртуальных прогулок для проведения онлайн-экскурсий;

Wiki-sibiriada.ru – мастер-классы Вики-Сибириады;

Online.bibliogorod.ru – интересные и полезные видеозаписи библиотек и культурных центров.

[Платформы для проведения онлайн-мероприятий](#)

[Примеры алгоритмов создания виртуальных мероприятий](#)

[Опыт работы коллег по организации онлайн-мероприятий](#)

Список используемых источников

1. Библиотека-онлайн: из опыта работы. Формы онлайн-мероприятий в библиотеках. Часть 1: методические материалы для использования в работе муниципальными библиотеками Костромской области / Ж. В. Карасёва. – Кострома: БЦКПИР, 2020. – 16 с.: ил.
2. Закрытые «Открытые Мастерские», или Поиск новых форм работы на «удалёнке» / А. Мельникова // Библиотечное дело - XXI век : науч.-практ. сб. – 2020. – № 14. – С. 19-20.
3. Збаровская Н. В. «Выставочная деятельность публичных библиотек» / Н. В. Збаровская. – Москва: Профессия, 2004. – 118 с.
4. [Еще раз про Learningapps: создаем интерактивные упражнения](#)
5. Идеи для работы библиотек в онлайн-режиме: методические рекомендации для библиотечных специалистов / МБУК «ТМБС»; методикобиблиографический отдел; сост.: И. И. Федорова. – Таштып, 2020. – 32 с.
6. [Инструкция по созданию опросов в Google Формах](#)
7. [Какую платформу выбрать для онлайн-мероприятия?](#)
8. [LearningApps: как создавать задания?](#)
9. [5 критичных ошибок в организации и проведении онлайнмероприятия](#)
10. [Создание электронных выставок в библиотеке](#)

11. Традиционная библиотека в электронной среде: новые направления деятельности: методические рекомендации в помощь библиотекарям / МКУ «Колыванская ЦБС»; сост.: О. Н. Рыбина. – Колывань, 2020. – 14 с.

12. Три онлайн-игры за месяц / Н. Братченко, А. Герина // Современная библиотека: науч.-практ. журн. о б-ках, чтении и книге. – 2020. – № 6. – С. 24-26.