



Муниципальное казенное учреждение культуры
"Централизованная библиотечная система"
Сормовского района г. Нижнего Новгорода
www.sormlib.nnov.ru

Отдел методической работы и маркетинга

МЕДИАПРОСТРАНСТВО БИБЛИОТЕКИ: ВЫСТРАИВАЕМ ЭФФЕКТИВНУЮ СИСТЕМУ

Медиаобозрение

Подготовила:
Ирина Новикова,
гл. библиотекарь ОМРиМ

Что такое медиапространство?

Это электронная окружающая среда, сплетение социальных сетей, аудиоресурсов, зрительных образов, средоточие современных цифровых платформ и площадок. Это:

- сайт библиотеки;
- библиотечные соцсети: группа Вконтакте, канал в Telegram и т.п.;
- видеохостинги — например, канал библиотеки на YouTube;
- блоги и форумы;
- буктрейлеры — по аналогии с трейлерами к фильмам буктрейлеры интригующе описывают книгу;
- онлайн-мероприятия: вебинары, семинары, обучающие курсы и пр.;
- чат-боты;
- аудиогиды и подкасты, которые размещаются в Интернете.

План медиаобозрения

1. Подкасты: что записывать для тех, кто любит читать
2. Аудиогид в библиотеке
3. Как стать библиотечным блогером
4. Красивые фото книг: советы по созданию



**Подкасты: что записывать для тех,
кто любит читать**

Что такое подкастинг?

Как на смену телевидению в какой-то момент пришли видеостриминговые сервисы и ютуб-каналы, так и на смену радио приходят подкасты.

Изначально подкастингом называли особую технологию перемещения аудиофайлов на плеерах Apple. Этот термин родился в 2004 г., когда из сочетания broadcasting (вещание) и iPod родился изначально авторский окказионализм.

Сейчас термин используется в более широком значении: подкастингом называют процесс создания подкастов.

Подкаст — аудиопередача, напоминающая классические программы на радио, но распространяемая по Интернету.



Главное отличие подкаста от радиопередачи для слушателя заключается в многообразии тематических направлений подкастов и возможности самостоятельно выбирать интересные предложения. Диалоги и монологи в формате подкастов освещают самые разнообразные темы: от рыбалки до моды, от IT-технологий до русского языка.



Чем подкастинг может быть полезен библиотеке?

Сейчас подкастинг — один из активно развивающихся форматов представления контента, которым активно пользуются подростки, студенты, молодые люди.

Но дело не только в его новизне и трендовости: подкасты, как и аудиокниги, позволяют проводить время за каждодневной рутиной (например, уборкой или спортом) с пользой, слушая образовательные аудиопередачи, интервью успешных людей и так далее.

Если библиотека заинтересована в расширении круга своих читателей, в его обновлении, то ей стоит изучать новые форматы своей деятельности. И этим новым форматом как раз и может стать создание подкастов.



Кроме того, ведение блога требует значительного количества времени, а может, еще и дополнительных ресурсов для создания визуала и подготовки текста. А вот запись подкастов можно осуществить легче и дешевле.

Как создать свой подкаст, или О чем говорить библиотеке?

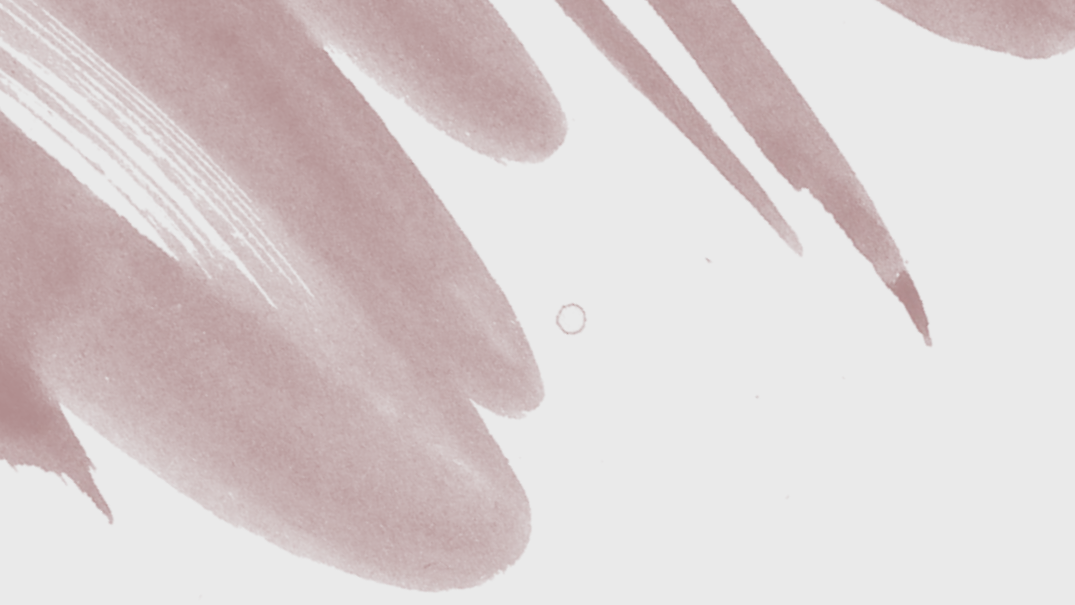
Формат подкастинга позволяет делать аудиозаписи самому в виде монолога по занимательной теме или с приглашенными экспертами в той или иной области.

Первостепенное значение имеет тематика аудиошоу. О чем может рассказывать библиотека?

Например:

- о новинках художественной литературы;
- классических произведениях;
- писателях и поэтах — как известных литераторах из прошлого, так и о современных авторах, приглашая их к себе в студию;
- интересных событиях, статьях, фильмах и музыке;
- забавных фактах из жизни библиотеки;
- прошедших и будущих библиотечных мероприятий и еще о многом другом.





Алгоритм создания подкаста



После того, как организационные и идейный вопросы решены, остаётся заняться технической частью. Записывать подкасты с неплохим звуком можно даже на смартфон.



Аудиогид в библиотеке

Аудиогид — что такое

Уже давно библиотеки предлагают разнообразный контент, не ограничиваясь исключительно книгами.

В музыкальных гостиных при библиотеке ставят джазовые пластинки, на большом экране можно посмотреть любимый фильм, известный телеспектакль или балет, на стенах висят репродукции известных полотен, а на библиотечных планшетах можно поиграть в любимую игру.

Логичное продолжение такого подхода — создание аудиогuida, который может как прокомментировать интересные издания и маршрут читателя, крадущегося между книжными стеллажами, так и дать полноценную аудиоэкскурсию по городу, улице, зданию библиотеки.

«Аудио» + «гид» подразумевает такую программу, основное содержание которой передается через звуковой канал, при том что по своему функционалу программа способна заменить полноценного гида-экскурсовода.

Несомненно, особое распространение аудиогиды получили в музейной сфере. Именно там представлено большое количество экспонатов, роль которых в мировой культуре и истории не всегда можно полноценно оценить без дополнительного комментария специалиста.

Но взять на вооружение подобную технологию могут и библиотеки. Это не только способ заинтересовать новых читателей, освоить новый формат, выйти в онлайн, но и полноценно задействовать принципы инклюзии.



Для кого

Идея инклюзии, красной нитью проходящая через значимость аудиогидов в библиотеке, не случайна: часто библиотеку воспринимают как место адаптации и социализации для людей с нарушением зрения и другими проблемами со здоровьем.

Поэтому для многих из них аудиогид по библиотеке, который чуть больше расскажет об историческом здании, в котором размещается библиотека, или о ее мероприятиях, о писателе, в честь которого названа библиотека, — это отличный выход.



Однако инклюзия не предполагает ориентации только на тех, кому сложнее жить в мире в сравнении со среднестатистическим человеком. Напротив, это такая интеграция новых технологий и инструментов, которая не выделяет конкретную группу населения, а, помогает ей встроиться в общество. Поэтому и аудиогид должен быть универсальным, информативным, познавательным и удобным в использовании для всех категорий.

Примеры использования

На представленных ниже сайтах можно прослушать полноценный аудиотур по библиотеке.

- [Карамзинская общественная библиотека.](#)

На странице представлены экспонаты библиотеки с озвученной историей: портреты Н.М. Карамзина, царской семьи, рабочее место библиотекаря, личное собрание сочинений Карамзина и многое другое.

- [Библиотека истории русской философии и культуры "Дом А.Ф. Лосева".](#)

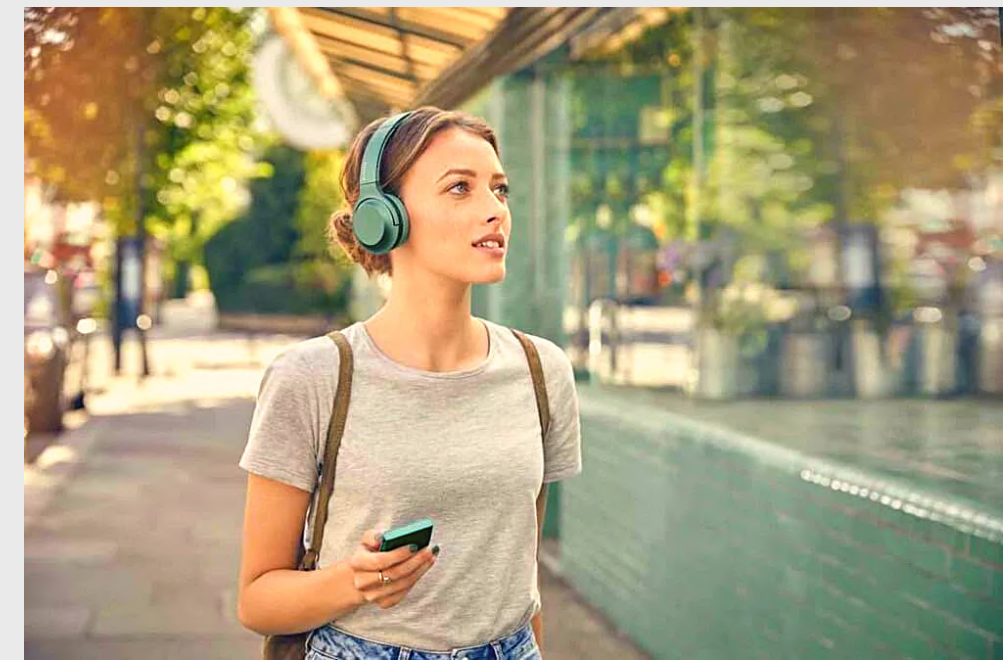
«Дом А. Ф. Лосева» — единственная в России современная публичная специализированная философская библиотека. Здание, где сейчас располагается Библиотека, — историко-культурный памятник XIX века. О его судьбе и о фондах философской литературы и рассказывает аудиогид.

- [Байки Старого Арбата.](#)

Аудиоквест дает возможность познакомиться с достопримечательностями Арбата и его переулков в интерактивной манере.

А также:

- [«Их шаги слышали улицы Пресни»;](#)
- [Пресня-Сити;](#)
- [Москва Театральная.](#)



Как создать самому

Подготовить аудиогид и разместить его на электронной площадке можно самостоятельно.

Узнать подробнее о создании аудиотура можно, например, вот [здесь](#). При переходе по ссылке откроется сайт izi.travel, который позволит размещать разнообразные материалы — не только аудио, но и текст, видео, изображения — для создания полноценного тура по библиотеке, ее экспозициям и ценным книгам.

Несколько советов для тех, кто решил создать аудиогид для своей библиотеки:

- Длина записи: постарайтесь делать короткие аудиодорожки на 2–3 минуты.
- Как читать: рассказывать нужно хорошо поставленным, четким голосом, живо — но без излишней театральности.
- Кому читать: наибольший интерес вызывают записи, в которых чередуются мужской и женский голоса.
- Особенный отклик вызывают аудиотуры, подготовленные совместно с известными, медийными личностями: актерами, певцами, писателями и т. д. Многие из них охотно участвуют в подобных образовательно-развлекательных инициативах (например, в проведении Тотального диктанта) и, возможно, не откажутся помочь и вашему проекту.

Как стать библиотечным блогером



Нужен ли библиотеке собственный блог

Помимо блога, у большинства библиотек уже есть какая-либо площадка, на которой они поддерживают коммуникацию с читателями. Чаще всего это сайт. Однако сайт берет на себя в большей степени информационную нагрузку. А блог Вконтакте, канал в Telegram или где-либо еще выполняет скорее развлекательную функцию. Контент на этих площадках воспринимается проще (а потому охотнее и активнее) целевой аудиторией, а сам формат публикаций в таких аккаунтах понятен и близок пользователям.

Таким образом, сайта для современной библиотеки уже недостаточно. С помощью блога она может говорить со своими читателями на их языке в актуальном формате. Это вызывает интерес и лояльность аудитории.



Актуальные площадки



- Вконтакте.

Русская социальная сеть, заработавшая свою популярность много лет назад. Для библиотечного аккаунта больше подойдет формат группы или сообщества, где можно прикреплять до 10 фотографий сразу, делиться видео и, конечно, публиковать текстовые сообщения.

С данной социальной сетью знакомо большинство библиотек. Возраст основной пользовательской аудитории – 25–44 года. Женщин ВКонтakte больше, чем мужчин – 59% против 41%.



- Telegram.

В этой соцсети общение происходит в режиме личного диалога (один на один), группы (несколько людей с одинаковыми правами) и канала (владелец аккаунта размещает информацию, с которой могут ознакомиться читатели).

Для библиотечного блога наиболее подходящим будет формат канала: можно делиться новостями из мира библиотечного дела, публиковать заметки о библиотечных архивах, рассказывать о интересной литературе и не только.

Главенствующая роль отдается тексту, но фотографии и видео тоже можно прикладывать. Изюминка телеграма — возможность создать собственные тематические стикеры (альтернатива эмоджи в самых разных формах исполнения), которыми смогут пользоваться все подписчики библиотечного канала.

77% аудитории составляют лица от 18 до 34 лет. Среди мужчин мессенджер более популярен, чем другие соцсети.

Тематика, или О чем писать



Какие рубрики можно включить в свой аккаунт и на какие темы можно писать посты для библиотечного блога?

- Подборки книг по темам, направлениям, личным рекомендациям сотрудников библиотеки;
- подборки самых популярных и нужных книг на основе статистики из электронно-библиотечной системы;
- «открытый микрофон» для каждого, кто работает в вашей библиотеке: мини-интервью и комментарии;
- рассказ о библиотечном питомце (если у вас живет такой);
- освещение библиотечных проектов, конкурсов, фестивалей, их проведения и результатов;
- рубрика «Наши читатели»: о том, кто и зачем приходит в библиотеку;
- мини-викторины, ребусы, опросы для ваших читателей;
- цикл небольших постов о том, как вести себя в библиотеке, как найти нужную книгу, как обращаться с книгами;
- дополнительные материалы для целевой аудитории: мастер-классы и игры для мам, анонс сторонних культурных мероприятий для студентов и пр.;
- рассказ о здании библиотеки (часто это исторические памятники или, наоборот, экстрасовременное пространство с тематическим зонированием);
- демонстрация архивов: как, что, где и сколько хранится.

Читателям полезно и интересно узнавать о принципах каталогизирования, о RFID-системах, о распорядке дня библиотекаря, о трудностях и приятных моментах данной профессии — об этом только нужно рассказать.

Примеры библиотечных аккаунтов

Ниже предложено несколько вариантов действующих библиотечных блогов на разных площадках — для вдохновения, анализа и сравнения.



Telegram

- [Библиотека. Рассказы. Книги.](#)
- [Уютная библиотека.](#)

Вконтакте

- [Централизованная библиотечная система г. Салехард](#)
- [Библиотечно-информационный и досуговый центр г. о. Бронницы](#)
- [Информационно-библиотечный комплекс СПбПУ](#)



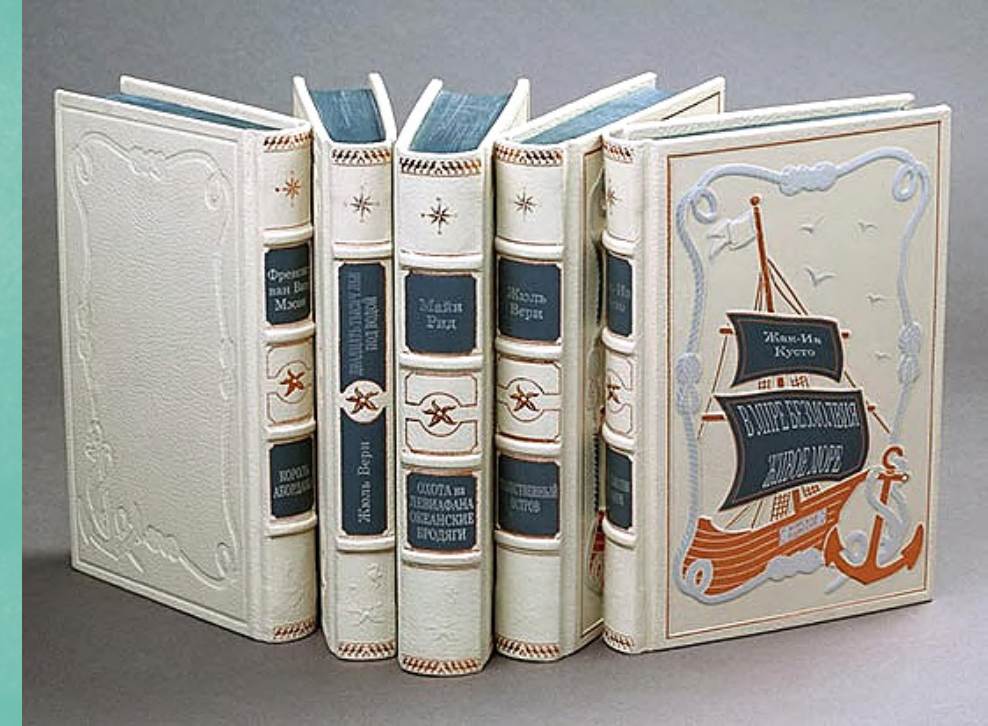
Красивые фото книг: советы по созданию

Предметная съемка - что это такое?

Фотографирование книг относится к предметной съемке. Предметная съёмка поможет фотографу получить качественные эффектные фото книг. Но что же она собой представляет? К отличительным особенностям предметной фотосъёмки относятся:

- простой, светлый фон (в большинстве случаев белый, пастельных цветов или приглушённых оттенков);
- мягкий дневной свет;
- минимализм (то есть всё внимание должно быть направлено на центральный объект съёмки);
- размытый фон;
- приближенная съёмка центрального предмета (фокусирование).

Из перечисленных характеристик следует, что главное в такой съёмке – непосредственно объект. Кадр всегда простой, минималистичный, тона мягкие, нет излишнего подчёркивания. Однако, несмотря на всё это, фото должно вызывать интерес, удерживать внимание зрителя.



Подготовка места для съемки

Очень важно грамотно подготовить место, фон для фотосъёмки. Простейшим и беспроблемным вариантом является обычный стол. Берётся лист ватмана, на значительном расстоянии друг от друга выставляются опоры. В качестве них могут выступать, например, книги. Между ними кладётся белый лист таким образом, чтобы получилась дуга. Приоритетно делать подобный столик для фотосъёмки на подоконнике (если его размеры позволяют) или там, где много дневного света.



Другой интересный вариант для предметной фотосъёмки – фотобокс. Его изготовление также не составит труда. Подойдёт вместительная коробка, в которой вырезаются все стенки, за исключением задней. Затем вставляются и закрепляются скотчем белые листы. Получается иллюзия большого светлого помещения, а фото становятся «атмосферными».



Освещение и композиция

Освещение – ключевой фактор получения удачного снимка. Холодный дневной свет является основным правилом при съёмке книг. Поэтому нужно снимать их около больших окон либо создать идеальную освещённость посредством искусственных источников: ламп холодного цвета, серебристых светоотражателей, белого фона. Перечисленные инструменты могут сделать пространство в необходимой степени освещённым.

Относительно композиции – нельзя забывать о правиле «линейной перспективы». Фотомастера советуют делать фото сбоку, именно так они будут наиболее выигрышными. Важно принимать во внимание и то, как размещены объекты съёмки. Один из самых лучших вариантов расположения – неровная стопка с одним открытым томом. Возможно дополнение композиции предметами: старыми фотоснимками, гирляндой, цветами и пр. Но необходимо следить, чтобы кадр не оказался перегружен лишними объектами, оставался лаконичным.



Библиографический список литературы

1. Единое информационное пространство в сфере культуры : [работа с АИС ЕИПСК, в том числе в соцмедиа] / Ф. Е. Жерновой // Медиатека и мир. - 2015. - N 3. - С. 9-12.
2. Плотников, И. Предметная фотография в рекламе. Схемы цвета и спецэффекты / И. Плотников, М. Плотников, А. Лерой. - Москва : Издательство Студии Артемия Лебедева, 2017. - 288 с. : ил.

Список интернет-ресурсов

1. Дрозд, Е. 29 главных показателей в контент-маркетинге / Елена Дрозд. - Текст : электронный // Rusability. - 2016. - 1 апр. - URL: <http://rusability.ru/infographics/29-glavnyih-pokazateley-ef...> (дата обращения: 07.09.2022).
2. Инновации в современной библиотеке: социальные сети и мультимедийные технологии / Краснодарская краевая универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина, научно-методический отдел ; составитель А. З. Позин. – Краснодар, 2020. – 83 с. - URL: <http://clrf.nlr.ru/tmpfiles/3D99A768-DA14-41E1-8274-2EE2821B...> (дата обращения: 07.09.2022). - Текст : электронный.
3. 5 причин сделать Telegram своим основным мессенджером. - Текст : электронный // Вадим Стеркин : [сайт]. - URL: <http://www.outsidethebox.ms/18324/> (дата обращения: 07.09.2022).