

навчання, ключові компетентності та вміння, а саме: співпрацювати з іншими, приймати рішення, розв'язувати проблеми, висловлювати власну думку, критично оцінювати інформацію.

У роботі медіатеки ліцею практикуються переважно діалогічні форми комунікативної взаємодії з користувачами, віддається перевага дидактичним засобам, що відповідають рівню розвитку творчих можливостей дітей. Створюються оптимальні умови співтворчості, співробітництва, співдружності, що сприяють розвитку мотивів творчої діяльності, надихають на пошук, дослідження, творчість. Бібліотека залучає творчих і здібних учнів до проведення заходів у рамках Всеукраїнського місячника шкільних бібліотек, тижнів науки і творчості, читачьких конференцій, проєктів, презентацій. Здійснює інформування категорії читачів з урахуванням їхніх потреб, заходів, інтересів через випуски інформаційних бюлетенів, складання індивідуальних списків рекомендаційної літератури, проведення індивідуальних консультацій.

З метою надання батькам допомоги у формуванні та розвитку читачьких компетентностей дітей, активного залучення до освітнього процесу закладу освіти, дієвої допомоги в організації просвітницьких заходів бібліотекар проводить індивідуальні консультації з питань формування читачьких інтересів у дітей, здійснює анкетування батьківства, залучає їх до масових заходів, конкурсів, конференцій, акцій, розроблення пам'яток, мотиваційних листів.

Висновок

Модель бібліотеки Нововодолазького ліцею № 3 ще формується, та ми впевнені, що її пріоритетом стануть застосування інформаційно-цифрових технологій, упровадження елементів сучасних інноваційних технологій, забезпечення інформаційних запитів і потреб педагогічного колективу й учнівства з метою розвитку в користувачів інформаційної компетентності та медіаграмотності.

Шкільна бібліотека – медіатериторія закладу

*Андрющенко С. В., завідувачка бібліотеки
КЗ «Дергачівський ліцей № 3»
Дергачівської міської громади
Харківського району*

Характерною ознакою нашої епохи є перехід суспільства від індустріального до постіндустріального, а нині – до інформаційного. Інформаційні технології проникають у всі сфери людської життєдіяльності, стають потужною продуктивною силою суспільства. Тому в найближчому майбутньому від рівня інформаційної культури молодшого покоління залежатиме потенціал будь-якої держави та добробут її народу в цілому.

Модернізація освіти в Україні зумовила необхідність поступової трансформації бібліотек, зокрема шкільних, на сучасні бібліотечно-інформаційні центри, мета яких – забезпечення інформаційних потреб учнів, педагогів, батьків.

Візитна картка бібліотеки ліцею – своєрідна екскурсія до бібліотеки (<https://www.facebook.com/dergachigymnasium3/videos/707525113063477/>).

Переглянувши цей відеоматеріал, користувачі знайомляться з її структурою та можливостями. Така візитка дає можливість створити первинне уявлення про стиль роботи бібліотеки й зацікавити читачів.

У наш час реклама відіграє роль інструменту, за допомогою якого читач знає все про бібліотеку. Вона відображає не тільки її інформаційні ресурси, але й можливості, технології, створює більш привабливий образ книгозбірні. Тому можна без сумніву сказати, що бібліотечна реклама – це стрибок розвитку людства на порозі нового тисячоліття з надання користувачам бібліотеки відомостей про свою діяльність. Від того, як правильно, грамотно й точно подана реклама, залежить авторитет закладу освіти. Перш за все, бібліотечна реклама спрямована на активне використання її фондів і можливостей.

У нашому ліцеї проводяться цікаві креативні заходи, які б ми хотіли представити одноліткам з України та інших країн світу. І саме члени шкільної *медіастудії* «Об'єктив» мають велике бажання прославити наших учнів, наш заклад шляхом особисто створених високоякісних медіапродуктів. Для цього в нас є своя *сторінка на Фейсбуці*, адміністратором якої – бібліотекар закладу (<https://www.facebook.com/dergachigymnasium3/?ref=bookmarks>), *сайт* ліцею (<http://dergachi-gymnasium3.edu.kh.ua>), свій *відеоканал* на сервісі Youtube (https://www.youtube.com/channel/UCcynG1lx8PAbeMPD2UqqN_A) для представлення відеоматеріалів.

Присутність бібліотеки в соціальних мережах дає можливість розміщувати повідомлення, знайомити з новими надходженнями та цікавими матеріалами, виданнями бібліотек в електронному варіанті, оперативно відповідати на запитання користувачів, проводити опитування, ділитися фото- і відеоматеріалами тощо. Робота шкільної медіастудії «Об'єктив» показує, що бібліотека – це не тільки сховище книг, а й культурно-дозвіллевий центр. Під керівництвом бібліотекаря учні зацікавлено займаються улюбленою справою, вважають роботу студії повноцінним засобом масової інформації та надійним помічником в освітньому процесі.

Із власного досвіду розумію, що сьогодні соціальні мережі отримали статус не тільки віртуального простору для знайомств, спілкування тощо, але й зручного засобу обміну інформацією, створюючи виняткову можливість розширювати свою діяльність, презентувати свої здобутки, охоплюючи дедалі більшу кількість користувачів, а також виступають важливим інструментом інформаційного комплексу бібліотеки.

Навчити дітей насолоджуватися читанням, зробити його привабливим і улюбленим заняттям – ось основне завдання бібліотек, які обслуговують дітей. І допомогти в цьому можуть нетрадиційні форми роботи, що сприяють неформальному спілкуванню читачів, цікавому проведенню дозвілля. Одним із засобів створення таких умов є *масові заходи* в бібліотеці: цікаві, захоплюючі, емоційні, зорієнтовані на особистість. Масова робота сприяє задоволенню й розвитку інформаційних потреб і запитів, зростанню кола пізнавальних читацьких інтересів, проведенню дозвілля, допомагає залученню нових читачів до бібліотеки, здійснює рекламу бібліотеці, створює її імідж.

Досвід проведення масових заходів підтверджує, що їх ефективність залежить від активності читачів. Для цього треба сміливіше використовувати оригінальні, близькі дітям форми роботи, адже захоплюючі, емоційні заходи дають можливість позмагатися, поспілкуватися. Це можуть бути дискусійні

інтерв'ю, дискусії, диспути, різноманітні конкурси, вікторини, бібліомарафони тощо. Для урізноманітнення діяльності, збільшення кількості користувачів шукають нові й сучасні форми роботи.

У рамках соціально-культурної акції «Всесвітній день читання вголос» провели *флешмоб* «Читайте разом, щодня, незалежно від настрою і погоди».

Мета заходу: формування читацької активності; удосконалення навичок виразного читання; розвиток читацького інтересу.

Завдання: популяризація кращих книг класиків дитячої літератури та сучасних письменників, відродження й розвиток традицій сімейного читання (<https://www.facebook.com/dergachigymnasium3/videos/286880525333048/>).

Читацькі перегони «Я МОЖУ: 50 днів – 25 книжок!», мета яких – читання певної кількості книжок за певний час. Учасники читають запропоновані книжки, ведуть «читацький міні-щоденник» прочитаного, у яких відмічають кількість прочитаних книг, короткі відомості про них, свої враження та оцінку від 1 до 5. По закінченню читання учасники здають «читацькі міні-щоденники» для визначення лідерів читання. І результатом такого заходу є: розширення кола читання, організація змістовного та корисного дозвілля дітей, набуття учасниками вмінь визначати основну думку художнього твору і давати йому оцінку, формування позитивного іміджу бібліотеки серед школярів та їх батьків, учителів.

Стало доброю традицією проведення в рамках Всеукраїнського місячника шкільних бібліотек заходу *дублер-шоу* «Бібліотекар на годину». Юні бібліотекарі залюбки долучилися до виконання професійних обов'язків бібліотечного працівника та впоралися із завданням на сто відсотків.

Літературний слем «Кіно у твердій обкладинці». Значна частина сучасних дітей захоплюється музикою, переглядом улюблених фільмів, мультфільмів. Літературний акорд «Лише слова не знають смерті» – саме так назвали захід, присвячений вшануванню пам'яті Андрія Кузьміна (відеоролики учнів 10-11-х класів <https://www.facebook.com/dergachigymnasium3/videos/574133729756540/>).

А учні 9-х класів створили *буктрейлери* на книги: К. Скрибін «Проза», О. Кузьменко «Моя дорога птаха. Мамина книжка», «Група Скрибін і друзі по сцені» (<https://www.facebook.com/dergachigymnasium3/videos/938819946315314/>).

Отже, можемо зробити висновок, що соціальні мережі – це перспективні інструменти для інформування про бібліотечні заходи, активізації комунікації «бібліотека-читач», механізм оперативного зворотного зв'язку. Реклама та медіаосвіта – єдине ціле: необхідно приділяти увагу медіаграмотності учнів шляхом створення власних медіапродуктів.

Важливою умовою в реалізації інформаційної функції бібліотеки є співпраця педагогів і бібліотекаря. Насамперед, це спільне планування та реалізація плану як у стінах бібліотеки, так і поза ними. Вислів «Бібліотека, як хороший сад, де є все: і приємне, і корисне» зобов'язує піклуватися про цей «сад». Саме шкільна бібліотека завжди є оазисом культури в закладі освіти.

Дитяче читання називають інтелектуальним ресурсом країни, головним резервом розвитку людського потенціалу нації. Від того, що й як читають наші діти, залежить їх сьогоdnішній успіх і завтрашня доля, а загалом, доля держави, її майбутнє. Використання різних медіапродуктів осучаснює процес бібліотечного інформування, стає додатковим фактором створення мотивації до читання.