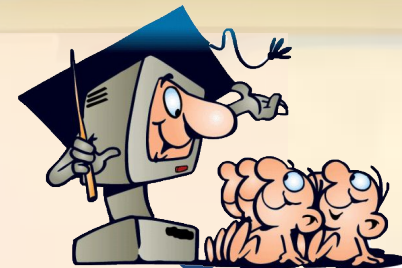




Взаимосвязь библиотечных традиции и инноваций – потенциал школьной библиотеки



Над презентацией работали:

- Петросова О. А.
- Абдулмаликова Т.М.
- Саакян Р. Б.

г.Мин-Воды 2011 г.





СЛОГАН ДНЯ

**Развитие и использование
информационных технологий давно
уже не дань моде. Тот, кто не
использует их, отстаёт навсегда.**

Н. Булаев






- **Традиции** – опыт, формы, методы работы, унаследованные от предшествующих поколений
- **Инновация** – конечный результат интеллектуальной деятельности специалистов, опредмеченный в виде новых объектов (продуктах, технологиях, услугах), отличающихся от предыдущих новыми свойствами.
- **Изменения** - поправка, перемена, изменяющая что-нибудь прежнее.





ЦЕЛИ ИЗМЕНЕНИЙ

- достижение комфортности и высокого качества обслуживания пользователей;
 - расширение возможностей библиотеки, выход на «новые рынки»;
 - укрепление имиджа библиотеки, развитие системы её общественных коммуникаций;
 - достижение эффективности управления библиотекой, нормализация внутриорганизационной культуры библиотеки;
 - повышение профессиональной компетентности сотрудников, их инновационной активности, развитие кадровых ресурсов, улучшение условий труда;
- 



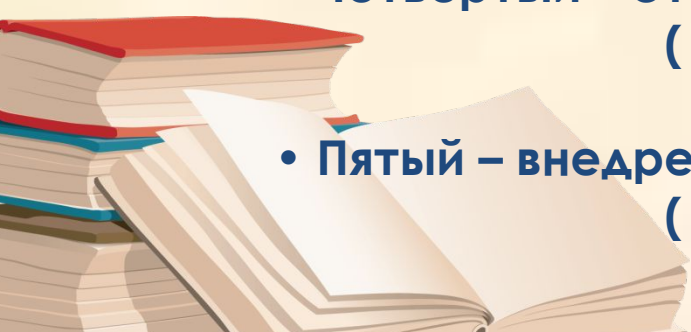
ИСТОЧНИКИ ИДЕЙ

- потребности школы, библиотеки, пользователей (социальный заказ);
- директивные и нормативные документы федеральных, региональных и муниципальных органов власти и управления образования;
- достижения педагогики, психологии, библиотечного дела;
- библиотечная практика, передовой и массовый библиотечный опыт;
- собственный профессиональный опыт, интуиция, практическое мышление;
- анализ результатов и процесса функционирования школьной библиотеки;
- печатные профессиональные издания, люди, технико-информационные системы;





Этапы инновационной деятельности

- Первый – инициирование инновации
(что менять в библиотеке?)
 - Второй – поиск необходимых новшеств
(изучение «рынка новшеств»)
 - Третий – определение всех предстоящих
изменений
 - Четвёртый – этап апробации инноваций
(экспериментальное внедрение)
 - Пятый – внедрение и использование инновации
(освоение)
- 



Основные объекты инноваций

Услуги и продукция

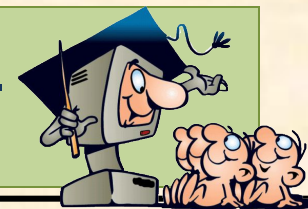
Библиотечная технология

Организационное развитие
библиотеки

Социальная база изменений



Виды стратегий инновационной деятельности



<p>Профилерование (организация специализированного обслуживания, в соотв. с доминирующим направлением деятельности библиотеки или ОУ)</p>	<p>Дифференциация (организация приоритетного обслуживания определённой группы пользователей)</p>	<p>Диверсификация (это стратегия новых возможностей, расширение видов услуг и продуктов)</p>
<p>Виды специализации</p>	<p>Группы пользоват.</p>	<p>Услуги, продукты</p>
<p>Отраслевая (математ. библиотека)</p>	<p>первоклассники</p>	<p>Поисковая и исследовательская работа</p>
<p>Жанровая (биб-ка поэзии)</p>	<p>Управленцы ОУ</p>	<p>Работа библиотеки по определённой программе</p>
<p>Функциональная (библиотека-музей, библиотека-театр, библиотека-дискуссионный клуб, библиотека-литературная гостиная)</p>	<p>Выпускники</p>	<p>Организация клубной работы и тематических лабораторий</p>
	<p>ШНОУ</p>	
	<p>Руководители МО</p>	<p>Платные услуги</p>
	<p>Любители фэнтези</p>	

Информационное обслуживание пользователей

Традиции

Экскурсия по библиотеке

Работа в читальном зале

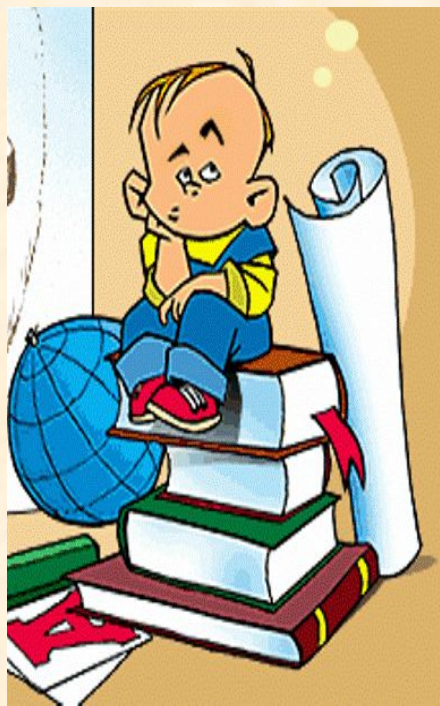
Поиск информации вручную

Инновации

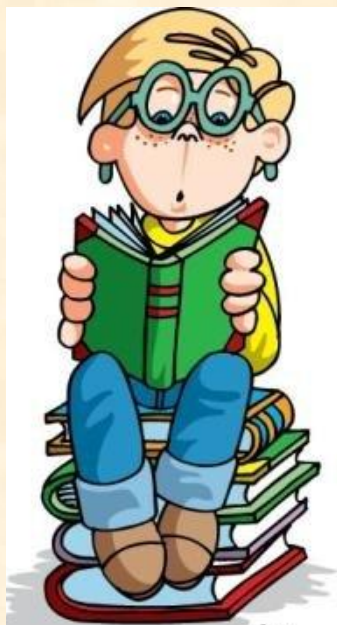
Заочная экскурсия (презентация)

Получение информации через интернет

Поиск по ПК и отправка на e-mail



Учет библиотечно-библиографических справоч



Традиции

Инновации

каталог

формуляр

дневник

Электронный
каталог

Электронный
формуляр

Электронный
дневник

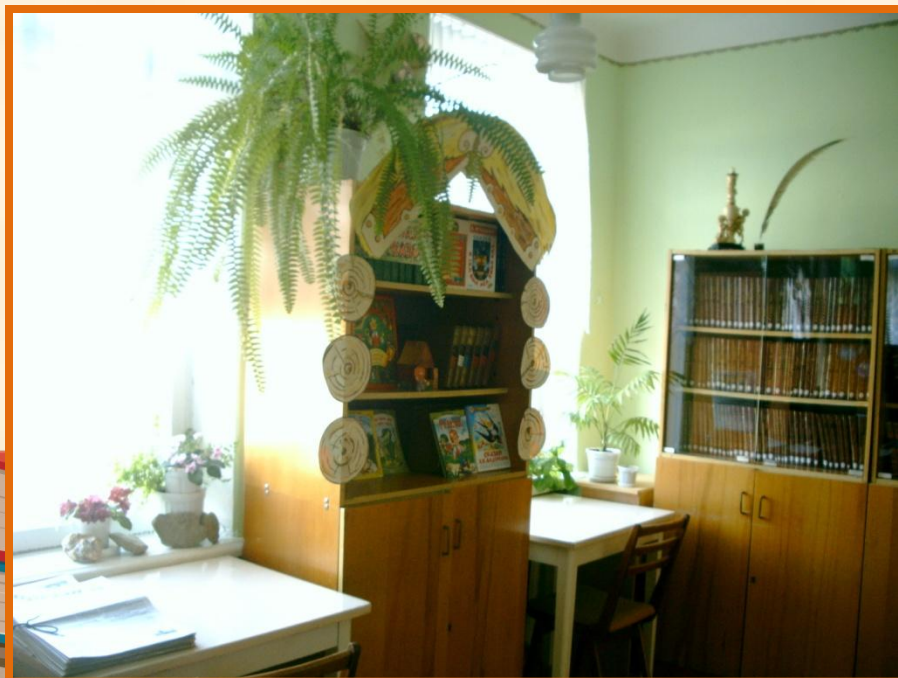
Работа в МАРК
SQL





Школьная библиотека МОУ СОШ № 5 с.Прикумское в процессе инноваций

ЧИТАЛЬНЫЙ ЗАЛ



КОМПЬЮТЕРНАЯ ЗОНА





Используемая литература

- Хомерики О.Г., Поташник М.М., Лоренсов А.В. Развитие школы как инновационный процесс: Метод. пособие для рук. ОУ. – М. : Новая школа, 1994
- Ястребцева Е.И. Библиотечный медицентр . – М. :Дом книги, 2000
- Матлина С.Г. Привлекательная библиотека или что может реклама . – М. : Либерия, 2000





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

