



Междисциплинарные науки

УДК 024

С.Е. Горюнова

Д.С. Горюнова

Горюнова София Евгеньевна, студентка 4 курса группы БИД/бак-18 Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: sonya.unicorn.3@mail.ru

Горюнова Дарья Сергеевна, студентка 4 курса группы БИД/бак-18 Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им 40-летия Победы, 33), e-mail: Kelenos@inbox.ru

Научный руководитель: **Грушевская Наталия Витальевна**, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: natali.vitalia@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ

Библиотеки имеют большой потенциал для развития и продвижения своей деятельности в социальных сетях. Более того, работа в социальных сетях – это необходимое направление деятельности библиотек в наше время, она может помочь библиотеке стать более доступной и понятной для современных читателей. Однако ведение аккаунтов библиотек в социальных сетях имеет свою определенную специфику.

Ключевые слова: социальные сети, продвижение библиотек, современная библиотека, работа с молодежью, библиотека.

S.E. Goryunova

D.S. Goryunova

Goryunova Sofiya Evgenyevna, 4rd year student of BID/bak-18 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: sonya.unicorn.3@mail.ru

Goryunova Darya Sergeevna, 4rd year student of BID/bak-18 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: Kelenos@inbox.ru

Research supervisor: **Grushevskaya Natalya Vitalyevna**, assistant professor of department of library and bibliographic activity and information technologies of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: natali.vitalia@mail.ru

FEATURES OF THE DEVELOPMENT OF SOCIAL NETWORKS OF THE MODERN LIBRARY

Libraries have great potential to develop and promote their activities on social media. Moreover, working in social networks is a necessary area of activity for libraries in our time, it can help the library become more accessible and understandable for modern readers. However, maintaining accounts of libraries in social networks has its own specifics.

Key words: social networks, library promotion, modern library, work with youth, library.

Библиотека стремится стать современной и успешной, а для этого ей необходимо направить вектор своей работы в сторону социальных сетей. Они являются перспективной площадкой для освещения фонда библиотеки, с их помощью можно показать, насколько деятельность библиотеки может быть разносторонней. Если вести деятельность в социальных сетях

правильно, можно создать библиотеке благоприятный имидж, который, в свою очередь, поможет в привлечении новых пользователей и не только.

В настоящее время работа библиотек в социальных сетях – обязательное направление деятельности, оно помогает разрушить стереотипы о библиотеке и библиотекарях, показать их работу изнутри и даже обратить внимание молодого поколения на библиотечные профессии. Через социальные медиа сейчас также актуально популяризировать книги и чтение, освещать мероприятия, проводимые в библиотеке.

Пользователям интернета нравится читать интересные посты, делать их репосты, высказывать свое мнение в комментариях и обсуждать последние новости. Для того чтобы умело популяризировать библиотечные услуги и получать обратную связь от своих читателей, библиотеке необходимо придать публикациям определенный характер, они должны быть вызывающими, актуальными и информативными.

Наилучшим вариантом для библиотек был бы тот, в котором деятельностью в социальных сетях занималась рабочая команда, состоящая из 2–3 профессионалов, которые не только являлись бы библиотечными специалистами, но и разбирались в алгоритмах работы социальных медиа. И хотя в больших российских библиотеках уже появилась такая должность, как SMM-менеджер, в обязанности которого входит разработка и создание контента для социальных сетей, в малых библиотеках соцсети все еще ведут рядовые библиотекари. Но необходимо понимать, что работники, занятые подобной деятельностью, должны и уметь красочно рассказать о событии, и быть в курсе библиотечных новостей, и иметь развитые навыки работы в интернете как с ПК, так и со смартфона.

Одна из важнейших обязанностей библиотекаря, который занимается развитием социальных сетей библиотеки, – регулярная разработка плана и графика публикаций.

Прежде всего, необходимо выделить, в каких именно социальных сетях библиотеке необходимо вести деятельность. ВКонтакте, Instagram и YouTube

на данный момент пользуются наибольшей популярностью в российской молодежной среде, но каждая из этих сетей имеет свои отличия.

Самой многофункциональной сетью является Вконтакте, она содержит в себе массу различных инструментов для создания и даже продвижения контента любых форматов, там можно создавать и хранить как тексты, так и мультимедиа (видео, прямые трансляции, подкасты). Библиотека может создать группу или сообщество ВКонтакте и активно вести там свою деятельность.

Социальная сеть YouTube представлена в форме видеохостинга и отлично подходит для того, чтобы библиотека могла создать там собственный канал и загружать свой видеоархив, записи лекций, конференций и презентаций. Видеохостинг позволяет не только размещать видео, а по аналогии с ВКонтакте – вести прямые трансляции с различных библиотечных мероприятий. Весь контент, который публикуется на YouTube, возможно использовать и прикреплять к постам в других социальных сетях или даже на сторонних веб-сайтах. Однако на YouTube можно загружать не любое видео, если библиотека как автор канала хочет заинтересовать как можно больше пользователей сети Интернет, для этого у платформы существуют свои негласные требования к размещаемому видеоконтенту:

1. Высокое качество картинки. Видео с качеством ниже, чем 720-1080 пикселей, не рекомендуются к публикации. Если на видео лица ведущих или спикеров неразличимы, присутствуют «пересветы», пикселизация и другие эстетически непривлекательные дефекты, его также не рекомендуется публиковать.

2. Высокое качество звука. При присутствии шума или неразборчивой речи желательно добавить к видео субтитры, переозвучить его или даже не публиковать вовсе, так как платформа подобные ролики не станет активно рекомендовать пользователям.

В свою очередь, в Instagram пользователи сети могут делиться фотографиями, короткими видеороликами и «историями» – медиаконтентом, исчезающим из профиля через 24 часа после публикации. В этой социальной сети библиотеке необходимо создать свой личный аккаунт и всегда поддерживать активность, тем самым привлекая подписчиков регулярными публикациями.

Однако в какой бы из соцсетей библиотека ни публиковала свой контент, ей нужно быть на одной волне с современными трендами и, опираясь на них, придерживаться определенных советов по развитию своих социальных медиа.

Рассмотрим подробнее те общие правила, которые могут помочь библиотекам сделать их аккаунты в социальных сетях более интересными и привлекательными для читателей и пользователей:

1. Внешний вид аккаунта. Библиотекарям следует постараться оформить страницу в социальной сети так, чтобы она выглядела предельно лаконично и современно, благодаря этому она получит больше внимания пользователей. В ней обязательно должны содержаться контакты библиотеки, режим работы и почтовый адрес, наличие прикрепленной геометки и краткого описания также приветствуется. Во внешнем виде аккаунта важно присутствие графических элементов. Публикации, не содержащие интересных изображений, анимации, видео, привлекают подписчиков значительно меньше, в сравнении с публикациями, которые сопровождаются иллюстративными и мультимедийными материалами. Высококачественные графические элементы сделают ваши сообщения нагляднее и привлекут больше внимания.

2. Достоверность информации. Когда пользователь посещает аккаунт библиотеки, он рассчитывает разыскать там проверенный контент, лишенный различного информационного шума, поэтому работникам предстоит тщательно отбирать факты и следить за тем, чтобы публикуемая

информация не была провокационна, была исторически достоверна, а также соответствовала этическим нормам.

3. Расписание контента. Необходимо публиковать контент регулярно и с заранее определенной периодичностью. Для этого социальные сети даже имеют функцию отложенных публикаций, которая может автоматически опубликовать заранее подготовленную информацию в назначенное владельцем аккаунта время. Спустя определенное время, библиотеке будет открыт доступ к статистике сообщества, с помощью которой можно будет без особых усилий узнать, в какое время аудитория бывает наиболее активна в интернете, и легко составить расписание для отложенных публикаций.

4. Собственный дизайн. Общий дизайн публикаций играет немаловажную роль, уникальные изображения в публикациях смогут не только заинтересовать аудиторию, но и создать узнаваемую пользователями определенную стилистику рубрик. Современный дизайн может стать сильным рычагом привлечения внимания к аккаунтам библиотеки в социальных сетях. Для каждого мероприятия, проводимого в библиотеке, можно создавать собственные стильные афиши.

5. Актуальный контент. Публикации будут отвечать потребностям пользователей только в том случае, если они решают конкретные задачи, развлекают или информируют о принципиально важных для читателей событиях и изменениях в работе библиотеки. Не стоит также упускать, что анонсы мероприятий – неотъемлемая часть работы в социальных сетях. Проводя большое количество времени в социальных сетях, пользователи должны иметь возможность видеть афиши даже без перехода на сайт библиотеки.

6. Консультации с SMM-специалистами. С вопросами о продвижении библиотек в социальных медиа следует обращаться к специалистам в области библиотечного маркетинга, а также получать актуальную информацию можно из всех доступных библиотекарям

источников: из профессиональной литературы и периодики, из авторитетных ресурсов для SMM-специалистов, из научных конференций по библиотечному делу.

7. Обратная связь. Социальные сети предназначены в первую очередь для общения, поэтому библиотекам необходимо поддерживать диалог с аудиторией. Начать вовлечение подписчиков в процесс общения можно с помощью вопросов, обращенных к ним, в тексте к публикации, они должны призывать к обсуждению и дискуссии по теме публикации. Следует отвечать комментаторам от лица сообщества, так они могут понять, что их мнение услышано и важно для библиотеки. С помощью отзывов и комментариев пользователей можно узнать, какие актуальные проблемы их волнуют, и учитывать эту информацию при разработке контента.

8. Сотрудничество. Библиотека имеет возможность взаимодействовать с аккаунтами других библиотек, а также различных некоммерческих организаций. С ними можно обмениваться опытом, ссылаться на информацию из их публикаций и делать взаимные репосты.

Аккаунт библиотеки может столкнуться с критической ситуацией, в которой даже при четком выполнении каждого из вышеперечисленных правил активность остается низкой и взаимодействие аудитории с публикациями оставляет желать лучшего. В подобном случае библиотекарям необходимо действовать решительно и применить следующие активные способы привлечения внимания пользователей к страницам библиотеки в социальных сетях:

– Конкурсы. Это главные инструменты для привлечения аудитории и повышения активности в комментариях. Призы должны быть интересными и совсем не обязательно дорогостоящими, можно даже не закупать их, а договориться о сотрудничестве с другими организациями или заведениями. Для прироста количества подписчиков можно использовать формат конкурсов, где в условиях указано, что от участника требуется отметить аккаунт друга в комментариях и подписаться на страницу сообщества.

Существует более простая альтернатива конкурсам – интерактивы, которые применяются для повышения вовлеченности. Например, предложение для подписчиков разгадать литературную загадку или решить ребус.

– Анонсы. В социальных сетях можно анонсировать самые разные библиотечные мероприятия (выставки, лекции, конференции, семинары, театральные постановки). Это необходимо для того, чтобы привлечь внимание пользователей на конкретное событие или заранее напомнить им о проведении мероприятия. А уже после того, как мероприятие будет проведено, фотоснимки с дня проведения могут стать основой для такой же публикации-анонса, что может послужить для аудитории напоминанием о том, что библиотека не стоит на месте и активно ведет свою общественную деятельность.

Можно использовать соцсети в том числе и как своеобразный канал информирования для читателей и создать целый ряд рубрик для анонсов, пост-анонсов мероприятий и новостей. Видео и фото с мероприятия можно загружать в Instagram истории в формате репортажа: что прямо сейчас происходит в библиотеке, какое на данный момент собралось количество гостей, какой из лекторов вещает сейчас.

– Книжные обзоры. Когда в фонд библиотеки поступает новая партия литературы, важно рассказать об этом потенциальным читателям. Подобный контент помогает информировать пользователей о новинках и привлекать их в библиотеку. Новые поступления с краткими рассказами о них можно также сразу снимать в Instagram истории.

Надежный способ показать публике профессионализм и всестороннюю развитость библиотекарей – обзоры новой или популярной книги от работников библиотеки. Так можно ознакомить пользователей интернета с фондом библиотеки, запустить процесс обсуждения какой-либо книги в комментариях под публикацией.

В рамках общеобразовательного контента можно рассказывать интересные факты из биографий писателей, труды которых имеются в фонде. Если библиотеке посчастливилось обладать редкими изданиями книг, про них можно подробнее рассказать подписчикам. А для того чтобы показать экспертность и культурную развитость работников, можно загружать в сеть интервью с сотрудниками библиотеки.

Если библиотекари будут публиковать увлекательный, качественный, разнообразный контент и смогут удержать этот канал связи с пользователями, аккаунты библиотеки в социальных сетях обязательно сработают в ее пользу.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что социальные сети являются удобным инструментом для выражения разнообразных креативных идей библиотекарей. Люди, которые в прошлом посещали библиотеки, сейчас ищут все, что им необходимо, в интернете, но библиотеки в силах с этим справиться и найти путь к читателю через социальные сети и сайты. Активность библиотек в виртуальной среде способствует появлению новых партнерских связей, организации сетевых проектов, обмену опытом с коллегами. Системная и профессиональная работа в сети позволит даже самой небольшой библиотеке стать для людей видимой и значимой [1].

Сейчас социальные медиа имеют огромный потенциал для библиотек как еще один способ продвижения собственных услуг. Сотрудники библиотек обладают уникальными знаниями, которые помогают им работать с большим объемом информации. Если обеспечить специалистов библиотек новыми инструментами для продвижения библиотечных услуг, о библиотеках не забудут еще долгое время [2].

Список используемой литературы:

1. Библиотеки и социальные сети: метод. рекомендации / Амур. обл. науч. б-ка им. Н.Н. Муравьева-Амурского, метод. отд.; сост. Г.А. Базарная. – Благовещенск, 2017. – 28 с.

2. *Писарева, Д. С.* Социальные сети как способ популяризации деятельности библиотек / Д.С. Писарева // Молодой ученый. – 2020. – № 21(311). – С. 623–624.