

ВУЗОВСКОЕ ВИРТУАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО: МИССИЯ БИБЛИОТЕКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Киричок Ирина, директор
Русанова Оксана, заведующая сектором
Тесленко Катерина, библиограф 2-й категории

Научная библиотека
Харьковский национальный медицинский университет

В статье рассматриваются возможности и формат присутствия вузовской библиотеки в социальных сетях, ее задачи в контексте образовательного, культурно-просветительского и воспитательного векторов работы, в первую очередь со студенчеством. Представлен опыт организации вузовского виртуального сообщества: Библиотека – Музей – Газета – Университет.

Стремительными темпами Интернет прочно вошел в наш быт. Он активно внедряется в различные сферы деятельности человечества – торговлю, банковское дело, почтовую службу; он составляет конкуренцию библиотекам, издательствам, прессе; наконец, он претендует на роль коллективного источника знаний.

В условиях глобализации мирового хозяйства различные организации стремятся заявить о себе во всемирной сети. Не остаются в стороне и библиотеки разных систем и ведомств.

Библиотечный сайт – необходимость нашего времени. Сегодня создать свой сайт означает для библиотеки реализовать одну из задач автоматизации – объединить традиционное книжное содержание библиотечной деятельности и высокую степень владения современными программными средствами, телекоммуникационными технологиями. Именно с помощью сайта можно создать образ своей библиотеки как «гостеприимного и богатого ресурсного центра».

Но сейчас уже необходимо говорить о «социальных медиа», а не только об одном сайте (в данном случае – библиотечном).

Социальные медиа (СМ) – это набор онлайн технологий, позволяющих пользователям общаться между собой. Общение может быть различной формы: пользователи могут делиться своими мнениями, опытом и знаниями, налаживать контакты, а также делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой и т.д.

СМ прошли долгий путь от электронных досок объявлений до крупных социальных сетей, продолжая развиваться ежедневно. Они доступны всем 24 часа в сутки, 7 дней в неделю. Являясь центром диалога с пользователями, которые сами решают, какой контент им выбрать, СМ способствуют налаживанию контактов между людьми, помогают оперативно решать вопросы, заводить новые знакомства. Здесь обе стороны взаимодействуют на равных правах.

Для библиотеки СМ являются эффективным способом формирования ее положительного имиджа, налаживания коммуникаций с реальными и

потенциальными пользователями. Это хороший инструмент для продвижения книги, чтения и самой библиотеки в виртуальной среде. Ведь, библиотекам сегодня необходимо доказывать собственную полезность, продвигать свои ресурсы и услуги. И в этом очень хорошим помощником выступает СМ.

Одним из направлений деятельности библиотеки в СМ являются представительства в различных социальных сетях (СС). А если учесть, что СС пользуются большой популярностью не только среди студентов, но и специалистов, вузовской библиотеке необходимо использовать их в качестве площадки для образовательной и исследовательской работы. Ведь недаром говорят, что обучение должно быть там, где студенты проводят больше всего времени. В сегодняшних условиях – это онлайн.

Присутствие библиотеки в СС уже не мода, а необходимость. СС позволяют общаться с нашими реальными и потенциальными читателями в привычной для них среде. У библиотеки появляется возможность заявить о себе огромнейшей аудитории. Группы и страницы в СС позволяют привлечь пользователей к деятельности библиотеки, дают возможность быстро установить неформальный контакт. Это прямое общение с читателями!

Представительство библиотеки в СС дает прекрасную возможность быстро информировать большую аудиторию о новых изданиях, мероприятиях, событиях и т.д. Библиотека может оперативно узнать мнение пользователей по поводу проходящей акции или изменения режима работы, выяснить их интересы, предпочтения и пожелания. Вероятность того, что читатель зайдет в СС, а потом на страницу библиотеки, увидев заинтересовавшую его новость, высока. Гораздо выше, чем вероятность того, что он специально пойдет на сайт библиотеки, зарегистрируется на форуме, спросит что-нибудь, а через некоторое время не поленится пройти этот путь еще раз, чтобы прочитать ответ. Отсюда следует, что нужно быть там, где могут оказаться наши читатели (реальные и потенциальные). Ведь наша задача – показать, что библиотека существует, что она интересна и полезна. Хорошо вспомнить про эффект «сарафанного радио» – нужно дать повод для разговора, общения. Для этого лучше быть представленными в нескольких СС. Ведь и наши пользователи часто зарегистрированы в нескольких социальных сетях, хотя предпочтение отдают все-таки одной.

Чтобы поддерживать активность и увеличивать количество участников группы, мы постоянно обновляем информацию, размещаем объявления, интересные тематические сообщения, поздравления с различными праздниками, добавляем фотоальбомы и прочее – происходит обмен ссылками и публикациями с нашими пользователями.

Научная библиотека Харьковского национального медицинского университета (НБ ХНМУ) представлена с ноября 2013 года в двух популярнейших социальных сетях – Facebook (<https://www.facebook.com/knmu.library>) и Vkontakte (http://vk.com/public_knmu_sl). Выбор обоснован контингентом наших пользователей. Так, большая часть отечественных студентов предпочитает общаться в Vkontakte. Также в ХНМУ обучается более 3 тысяч иностранных студентов (почти 2 тысячи – англоязычные), для которых местом общения стал Facebook. Кроме того, на Facebook свои аккаунты имеют многие преподаватели университета, что способствует общению со студентами.

Состав активно посещающих страницы НБ пользователей разнообразен – студенты и преподаватели, коллеги и другие пользователи. Количество пользователей, просмотревших публикации, доходит до 500 человек в день (средняя посещаемость страницы – 250 человек в день). Интересно, что посещают страницу пользователи практически всех возрастов: от 18 до 65+, молодые люди до 35 лет составляют большую часть аудитории. У молодежи украинско- и русскоязычной (как правило, до 30 лет) большей популярностью пользуется страница Vkontakte. Практически все подписчики страницы в Vkontakte – это студенты ХНМУ – реальные читатели НБ. Но здесь много спама и нелегального контента, очень популярно неформальное общение (упрощенное, даже слегка фривольное), и аудитория пользователей не так активна, как на Facebook.

Популярность страниц НБ ХНМУ в СС постоянно растет. Так, на Facebook общее количество отметок «Нравится страница» за полгода (с 18.11.2013 по 31.07.2014) возросла с 62 до 286. А значит, это верный путь коммуникации с реальными и потенциальными читателями.

Таким образом, у НБ ХНМУ появился еще один канал для сообщений о ее деятельности и ресурсах, важных библиотечных событиях, обмена полезной информацией, проведения анкетирования, размещения презентаций или видеороликов о библиотеке и т.д. Кроме того, поддерживаются и популярны у пользователей рубрики «Цитата дня», «Это интересно!», «В этот день...», различные медицинские, литературные и другие новости, фотоальбомы и пр. Информация в СС появляется ежедневно, что постоянно привлекает внимание пользователей.

И хотя в Интернете визитной карточкой библиотеки является сайт, библиотекам необходимо показывать, рекламировать себя и в СС. Интеграция библиотечного сайта в СС – это дополнительная возможность в PR-кампании библиотеки, которую нельзя упускать. Мы должны помнить, что работа в СС не приводит к моментальному наглядному результату. Каждый раз, внося новые публикации и различные материалы на страницы в СС, мы **улучшаем** узнаваемость нашего бренда – Научной библиотеки ХНМУ, повышаем авторитет и интерес к себе, продвигаем свои услуги и ищем новых партнеров.

Сегодня сайты библиотек и страницы в СС совмещают в себе информационные, поисковые, образовательные, рекламные, навигаторские функции и являются в совокупности значительным интегрированным ресурсом. Все это делает их мощным средством для продвижения информационно-библиотечных продуктов и сервисов, а также формирования имиджа библиотек. Еще более значительным эти ресурсы в СМ делают виртуальные сообщества.

НБ ХНМУ стала инициатором создания виртуального сообщества, а именно: НБ ХНМУ, газеты ХНМУ «Медицинский университет» и музея ХНМУ «Образцовый музей истории ХНМУ» в одной из самых востребованных социальных сетей Facebook, т.к. именно в ней зарегистрировано больше всего наших студентов и преподавателей. И, конечно, объединились со страничкой ХНМУ. Этот проект был представлен на занятиях Школы библиотечного журналиста в апреле 2014 года, которую ежегодно проводит ХГНБ им. В.Г. Короленко.

Проект позволил нам сотрудничать с этими подразделениями университета теперь и в виртуальном пространстве, собирать различные сведения в определенной фокусировке интересов и обрабатывать их для наших

пользователей. Цель данного виртуального сообщества, прежде всего, объединить как можно больше пользователей. Сотрудничая с музеем истории университета и редакцией газеты, НБ ищет и подбирает документы по истории ХНМУ, освещает знаменательные события, биографии его выдающихся ученых – выпускников, раскрывает исторические этапы развития и современную жизнь университета и Харьковской медицинской школы, делает анонсы мероприятий, новых номеров газеты «Медицинский университет», репосты событий и т.д. Так, на страничке библиотеки мы делали репосты визитов в музей ХНМУ Чрезвычайного и Полномочного Посла Палестины в Украине, С.В. Бокариуса – младшего внука известного судебного медика, заслуженного профессора УССР Николая Сергеевича Бокариуса и т.д. На своей страничке в рубриках «Выдающиеся выпускники ХНМУ» и «Выдающиеся ученые ХНМУ» библиотека дает краткую информацию об известных медиках, преподавателях. Например, в этом году в связи с юбилейными датами со дня рождения мы рассказали о профессорах: анатоме А.С. Венедиктове (215 лет), судебном медике Н.С. Бокариусе (145 лет), офтальмологе Л.Л. Гиршмане (175 лет) и др. Таким образом, библиотека развивает виртуальный вектор культурно-просветительской и воспитательной работы, прививая, в первую очередь, студенчеству чувство равнодушия к истории и современной жизни своей *alma mater*.

Бесспорно, одно из главных условий успешной работы в СС – это ежедневная информационная поддержка страницы, когда каждое обновление отражается в ленте событий и его видят все пользователи.

Оценивая эффективность работы со страницами на Facebook и V Kontakte, мы учитываем число подписчиков и их стабильный рост, взаимодействие со страницей («лайки», комментарии), количество просмотров каждой публикации, а также и то, как нашими публикациями делятся подписчики уже на своих страницах. Проработав в СС менее года и проанализировав все эти данные, можно сказать – мы нужны, мы интересны, нас видят и нас слышат. Работа в СС способствует налаживанию контактов между людьми, помогает оперативно решать различные вопросы, преодолевать географическую изоляцию. Ведь библиотека – это не только книги, а в первую очередь – люди, наши читатели, реальные и потенциальные, имеющие разнообразные интересы и потребности. Поставив во главу угла наших читателей и их интересы, мы становимся для виртуальных посетителей консультантом, партнером, другом, тем самым поднимая свой авторитет, а, следовательно, способствуем продвижению нашей библиотеки, как в виртуальном пространстве, так и в реальном мире.

Библиотекари учатся анализировать, прогнозировать, работать в опережающем режиме. И делают это постоянно, ежедневно, целеустремленно. Коллектив уверен, что только в таких условиях работы у библиотеки есть шанс быть впереди и не раствориться в океане глобализации, обеспечить качество услуг и совершенствовать модель современной библиотеки.

Литература:

1. Дубова О. Мобільні сервіси сучасних бібліотек: від парадигми «було б добре» до «кому потрібні» / О. Дубова // Бібліотечний форум України. – 2013. – № 4. – С. 9-10.

Изместьева Е. 22 совета для эффективного продвижения в социальных сетях. [Электронный ресурс] / Е. Изместьева. – Назв. с экрана. – Режим доступа: <http://te-st.ru/2014/03/12/21-social-media-tips-for-nonprofits>.

2. Колесникова М. Управление будущим библиотеки как реальность / М. Колесникова // *Бібліотечний форум України*. – 2013. – № 4. – С. 43–45.
3. Кудлач В. Розширення соціокультурного простору: інновації на сайті бібліотеки // *Бібліотечний форум України*. – 2012. – № 4. – С. 12–14.
4. Огнева И. Н. Как создать в библиотеке эффективно работающую медиаструктуру: блоги + микроблоги + социальные сети + медиахостинг [Электронный ресурс] / И. Н. Огнева. – Арзамас, 2012. – 26 с. – Назв. с экрана. – Режим доступа: <http://ru.calameo.com/read/000365661e2514a350ab9>.
5. Пяткова І. Електронні інформаційно-комунікативні технології в роботі бібліотеки / І. Пяткова // *Бібліотечний форум України*. – 2013. – № 2. – С. 35–38.
6. Ріхтер Г. Використання Інтернет-технологій у роботі медичних бібліотек / Г. Ріхтер // *Бібліотечний форум України*. – 2013. – № 4. – С. 13–14.
7. Хоменко І. Бібліотеки в Інтернет-просторі: креативність та творчий пошук / І. Хоменко // *Бібліотечний форум України*. – 2013. – № 4. – С. 15–16.