

ОСОБЕННОСТИ ПОДАЧИ МАТЕРИАЛА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (НА ПРИМЕРЕ ПРОФИЛЕЙ БИБЛИОТЕК СИБИРСКОГО РЕГИОНА)

Ларина Мария Алексеевна

магистрант, Национальный исследовательский Томский государственный университет, РФ, г. Томск

Самыми значимыми библиотеками любого субъекта РФ являются областные, краевые и республиканские библиотеки. Именно они являются центрами предоставления свободного доступа не только к достижениям мировой культуры, но и региональной, используя в своей работе последние информационные технологии. Поэтому, абсолютно не удивительно, что в своей работе данные библиотеки активно используют социальные сети.

Важным шагом, для активного использования соцсетей в работе библиотек стало появление собственных веб-сайтов. На данный момент на информационно-справочном портале Library.Ru представлена информация о 2488 адресах библиотечных сайтов как федеральных библиотек, так и областных, краевых, городских и других типов библиотек [2]. Однако, по всей видимости, число библиотечных сайтов намного больше, так как не все они отражены на портале.

Библиотечный сайт стал «визитной карточкой» библиотеки. На нем отражаются все события, новости библиотеки. Сайт помогает информировать о предстоящих мероприятиях, новинках литературы и многом другом, что может быть интересно и полезно читателям. Библиотечный сайт стал эффективным инструментом по привлечению новых пользователей в библиотеку.

Первые библиотечные сайты стали появляться уже в середине 1990-х годов. Это и не удивительно, так как процесс информатизации предполагал активное освоение сети Интернет и непосредственное представление библиотек в ней. Достаточно быстро библиотеки осознали эффективность сайтов в качестве доступного инструмента в привлечении и обслуживании пользователей, продвижения услуг библиотеки и совершенствования ее имиджа. Это привело к тому, что уже к началу 2000-х годов создание библиотеками собственных сайтов приобрело массовый характер [6].

Однако, несмотря на все возможности, открывшиеся перед библиотеками с внедрением веб-сайтов, на сегодняшний момент, для успешной реализации своей деятельности в Интернете, библиотеке не достаточно просто иметь собственный сайт. Библиотека должна наладить беспрепятственный диалог со своими читателями, учитывать их мнение, постоянно заинтересовывать своих пользователей. На помощь библиотекам приходят социальные сети, которые могут удовлетворить данные требования и еще больше помочь библиотеке развиваться в данном направлении.

Библиотечные группы и странички в соцсетях непосредственно связаны с веб-сайтом библиотеки. Во-первых, в большинстве случаев, именно на страницах сайта мы обнаруживаем ссылки, перенаправляющие нас в социальные сети. Так, например, на веб-сайте ТОУНБ им. А.С. Пушкина [7], внизу главной страницы, мы видим ссылку на официальную группу библиотеки в соцсети ВКонтакте. На сайте Новосибирской государственной областной научной библиотеки [4], в верхней части главной страницы, расположены ссылки-кнопки, перенаправляющие нас не только на группы во ВКонтакте, Фейсбуке и Инстаграме, но также на такие интернет-ресурсы как YouTube, Twitter и Flamp – сайт, где можно оставлять свои отзывы о различных заведениях города.

Во-вторых, на странице в соцсети часто дублируется информация, размещенная на официальном сайте библиотеки. Для такого дублирования есть несколько причин. Это сделано для того, чтобы проинформировать как можно большую аудиторию, более того, соцсети обладают большой вирусностью, что позволяет передавать информацию не только непосредственным пользователям библиотеки, но и потенциальным читателям. Данная особенность социальных сетей особенно актуальна при рекламировании мероприятий, проводимых библиотекой и популяризации услуг, предоставляемых ею. Ярким примером такого использования социальных сетей является информирование о проведении «Библионочи-2016» в стенах различных библиотек. Так, например, несмотря на то, что на сайте Кемеровской областной научной библиотеки им. В. Д. Федорова был пресс-релиз о предстоящей Библионочи [1], на стене группы ВКонтакте [3], в Одноклассниках и Инстаграме также присутствовал анонс мероприятия, а позднее были подведены итоги прошедшей всероссийской акции. Однако не стоит говорить о полном дублировании информации с сайта в соцсети. Проанализировав подачу материала на страницах социальных сетей, можно выделить отличия:

- Визуальная составляющая играет бóльшую роль перед текстовым наполнением новости. В социальных сетях на первый план выходит афиша мероприятия, фото или картинка, сопровождающая новость, а уже после – информация о ней. Это сделано с целью привлечь и заинтересовать пользователей с первого взгляда. На сайте же, информация подается в более развернутом виде и более обстоятельно.
- Краткость подачи информации. Чаще всего информация в социальных сетях подается в более сжатом, концентрированном виде или вообще в форме ссылки на отдельный сайт мероприятия или целую статью на стороннем ресурсе.
- Использование фото, аудио и видео материалов. Безусловно, на сайтах также возможна публикация фото и видео отчетов о текущих и прошедших мероприятиях, однако именно в социальных сетях фото, аудио и видео контент получил свое максимальное распространение. Более того, появились отдельные соцсети и интернет-ресурсы, где все информационное наполнение представлено только в одной форме. Это, например, Инстаграм, где информация подается в виде изображений или Ютуб, основанный на передаче видео-контента. В таких социальных сетях как ВК, ОК или Фейсбук, примерно одинаковой популярностью пользуются все формы подачи информации. Так, например, на стене группы ВК Омской государственной областной научной библиотеки имени А.С. Пушкина [5] присутствуют все разновидности информационного контента: это и аудио-иллюстрация к опубликованному кино-плакату, и фото-отчет о прошедшем в стенах библиотеки заседании круглого стола, и подборка кинофильмов с героями-библиотекарями.
- Разбивание центральной новости на более мелкие составляющие. Данное отличие также удобно проиллюстрировать на примере Библионочи-2016. Суть заключается в том, что на сайте мы видим цельную новость, а на страницах соцсетей происходит акцентирование на более мелкие детали. Так, например, на сайте Кемеровской ОНБ им. В. Д. Федорова Библионочи-2016 посвящены 2 новостные публикации, а в группе ВКонтакте – 9.
- Создание отдельной страницы в соцсети для мероприятия. Данное отличие является самым ярким из всех представленных. Помимо того, что на стенах групп библиотек достаточно полно отражается информация о всех мероприятиях, в которых принимает участие библиотека, нередко создаются отдельные страницы, посвященные предстоящему событию. Это делается для того, чтобы привлечь как можно большее количество людей на данное мероприятие, более полно и точно информировать возможных участников мероприятия о ходе подготовки и проведения мероприятия, а также для сбора статистических данных, проведения опросов и подведения итогов.
- Наличие обратной связи. Веб-сайт библиотеки также обладает обратной связью в виде рубрики «Отзывы» или возможности написать электронное письмо. Однако именно в социальных сетях обратная связь приобрела более эффективную и удобную форму, представленную в виде комментариев к записям на стене сообщества или в рубрике «Обсуждения». Комментирование любой новости, размещенной на стене группы позволяет моментально получать живой отклик пользователей на опубликованную информацию. Таким

образом пользователи могут задавать вопросы, оставлять свое мнение, отзывы, давать оценку как информационному контенту, представленному библиотекой, так и работе библиотеки в целом. Более того, инструмент «Комментарии» позволяет вести диалог пользователей друг с другом и с библиотекой, тем самым создавая живое обсуждение новости, мероприятия, книги, статьи и т.п. Помимо возможности комментировать записи, существует возможность вести обсуждения на интересующую пользователя тему.

Таким образом, были выделены, на наш взгляд, 6 основных отличий представления информации в социальных сетях от веб-сайтов библиотек. Полученные результаты еще раз подтверждают необходимость использования библиотеками в своей работе не только сайтов, но и групп в социальных сетях, информация в которых не просто дублируется, но приобретает особые черты, присущие только социальным сетям.

Список литературы:

1. «БиблиоНочь – 2016» начнется в Кемеровской областной научной библиотеке им. В.Д. Федорова [Электронный ресурс] / Лента новостей Томской областной библиотеки им. А. С. Пушкина. – URL: <http://www.lib.tomsk.ru/> (дата обращения: 5.05.2017).
2. Каталог библиотечных сайтов [Электронный ресурс] / Информационно-справочный портал Library.Ru. – URL: <http://www.library.ru/3/biblionet/?it=211009> (дата обращения: 17.09.2017).
3. Кемеровская ОНБ им. В.Д. Федорова [Электронный ресурс] / Социальная сеть ВКонтакте. – URL: <https://vk.com/kemrsl> (дата обращения: 5.05.2017).
4. Новосибирская государственная областная научная библиотека [Электронный ресурс] / Официальный сайт Новосибирской государственной областной научной библиотеки. – URL: <http://www.ngonb.ru/> (дата обращения: 19.04.2017).
5. Омская научная библиотека имени А. С. Пушкина [Электронный ресурс] / Социальная сеть ВКонтакте. – URL: <https://vk.com/omsklibrary> (дата обращения: 5.05.2017).
6. Степанов В. К. Применение Интернета в профессиональной информационной деятельности / В. К. Степанов. – Москва : ФАИР, 2009. – 301, [2] с.
7. Томская областная библиотека им. А. С. Пушкина [Электронный ресурс] / Официальный сайт Томской областной библиотеки им. А. С. Пушкина. – URL: <http://www.lib.tomsk.ru/> (дата обращения: 19.04.2017).