

Вузовская библиотека в «виртуальной» жизни студента **University library in student «virtual reality» life**

Е. В. Синковская

*Библиотека Севастопольского национального технического университета,
Севастополь, Республика Крым, Россия*

Elena Sinkovskaya

*Sevastopol National Technical University Library,
Sevastopol, Republic of Crimea, Russia*

Рассматривается опыт создания библиотечной группы в социальной сети и внедрение в практику работы вузовской библиотеки, анализируется роль социальных сетей в жизни современного студента, обозначены основные проблемы при работе с целевой аудиторией.

The experience of working library community in a social network is discussed. The role of social networks in the life of modern university students is analyzed. The main problems of interaction with target users are highlighted.

Уже стало неоспоримым фактом, что социальные сети в настоящее время становятся привычным форматом коммуникации. Практически у каждого сейчас есть своя страничка в Интернете. Чем же так привлекательны социальные сети и почему пользуются огромной популярностью? В первую очередь, это самый удобный инструмент для общения on-line на разнообразных сайтах, цель которых собрать сообщества людей с общими интересами. Такие сайты дают не только возможность удобно и непринужденно общаться, но и объединяться в тематические группы, вести диалог на различные темы, выкладывать и обсуждать фото и видео, добавлять друг друга в друзья, загружать и слушать музыку и т.д. Поэтому, социальная сеть в Интернете – это платформа для взаимодействия между людьми, где стираются возрастные, территориальные и социальные различия. В сетях люди оказываются более открытыми, чем в реальной жизни, в большей степени готовы общаться и делиться информацией.

Вполне закономерно, что социальные медиа (профессиональные блоги, микроблоги, различные форумы, видеохостинги, социальные сети и др.) не могли не быть использованы библиотекарями, поскольку группы и страницы в социальных сетях позволяют не только привлечь интерес пользователей к деятельности библиотеки, но и дают возможность достаточно быстро установить неформальный контакт.

Итак, обозначим объективные причины для создания библиотечной группы в социальных сетях:

1. Появляется возможность заявить о себе обширной аудитории, поддерживать отношения и формировать мнение пользователей о библиотеке.

2. Группа дает прекрасную возможность мгновенно сообщить большой аудитории необходимую информацию и распространить ее дальше, а также получить обратную связь и обменяться комментариями.

3. Популяризация своей библиотеки и продвижение услуг.

4. Группа в социальной сети – это прямое общение с читателями. Социальные сети разрушают границы, в этом их главное достоинство.

5. Но самое главное – библиотека будет общаться со своими реальными и потенциальными читателями в привычной для них среде, становясь доступной для них даже в мобильном телефоне.

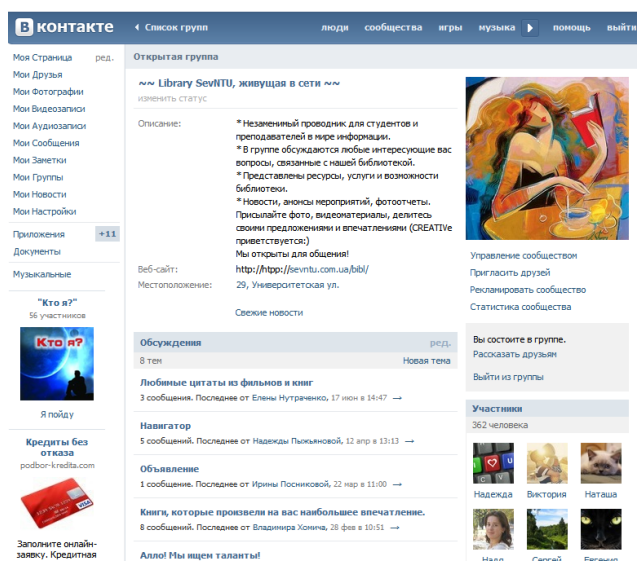
Современные студенты выросли в период активного использования виртуального пространства, эта категория обучающихся имеет специфические взгляды на мир, владеет особыми способами действий, по-другому воспринимает и представляет информацию. Для них становится нормой использовать сетевые ресурсы в повседневной жизни, они живут одновременно «в двух мирах»: реальном и виртуальном. Это люди, для которых сетевая коммуникация, взаимодействие с мульт-

тимедиа ресурсами находятся в числе необходимых условий для успешного личного и профессионального развития.

Ориентируясь на вышеперечисленное, в библиотеке СевНТУ было принято решение создать группу в социальной сети и использовать этот ресурс, как дополнительный канал связи с читателями. Данная группа по своей структуре и целям отличается от сайта библиотеки (<http://sevntu.com.ua/bibl/>), являющегося официальной страницей библиотеки в Интернете и выполняющего определенные функции, а в частности – предоставление удаленным пользователям доступа к собственным электронным ресурсам библиотеки, таким как электронный каталог, электронный репозиторий научных трудов СевНТУ, а кроме того, осуществляющий своевременное информирование о новых поступлениях, анонсирование различных мероприятий и услуг библиотеки и др.

Главная цель создания группы в социальной сети – найти верный подход к современной молодежи, учитывая всю специфику этой целевой группы, привлечь их внимание к библиотеке ВУЗа, дать возможность обмениваться идеями, мнениями, в том числе и о деятельности библиотеки, вести активный диалог. Это было определяющим при разработке концепции страницы библиотеки. Безусловно, страница создавалась, исходя из собственного опыта и собственного представления о том, что может быть интересно пользователю, но при этом обязательным условием наполнения и поддержки страницы в сети являлась достоверность, этика и культура предоставления информации. При создании страницы ставилась задача предоставлять массивы информации в достаточном объеме, включать звук, анимацию, видео и т.п., отбирать и предоставлять виды информации в той последовательности, которая соответствует логике и уровню восприятия пользователя.

В декабре 2012 г. отделом библиотечного маркетинга и инноваций была создана группа «kontakte ~ Library SevNTU, живущая в сети~.» (<http://vk.com/club46569812>).

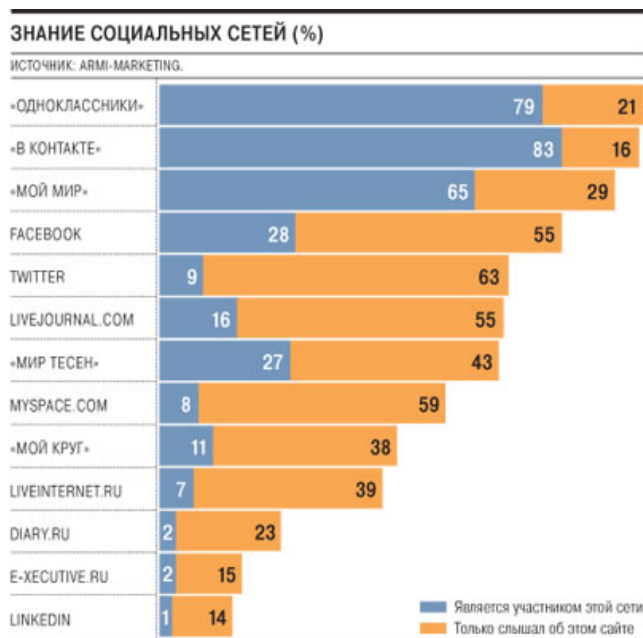


Почему была выбрана социальная сеть ВКонтакте? Конечно, в настоящее время существует огромное количество социальных сетей. Наиболее известные и распространенные на постсоветском пространстве – это, например, такие сети, как Facebook, Одноклассники.ру, Twitter, «Мой круг», «Мой мир», и др.

ВКонтакте – самая популярная российская сеть



Однако, по мнению библиотечарей, участвовавших в создании группы, самой известной и популярной социальной сетью в России является ВКонтакте (ВКонтакте), основанная в 2006 году и занимающая в мировом рейтинге социальных сетей 8-е место (по версии Adobe Social). Так, в сравнении, аудитория мирового лидера среди социальных сетей *Facebook* на декабрь 2013 года составила 1,4 миллиарда пользователей, но в России ею пользуются только 23,8 млн. человек, в то время, как ВКонтакте на данный момент показатель – более 230 млн. пользователей, ежедневно сеть посещает более 56 млн. чел. Данным сайтом активно пользуются не только жители России, но так же Беларуси, Украины, Казахстана и других стран СНГ.



Согласно исследованиям в России в месяц хотя бы раз выходят в Интернет 70 млн. человек (около 49% от всего населения страны), 7 из 10 пользователей Интернет заходят в социальные сети, 54 млн. человек проводит в социальных сетях не менее 50 минут в день. Что важно – 84% школьников от 12 лет и студентов являются аудиторией ВКонтакте. Это составляет 95% от школьников и студентов, имеющих доступ в Интернет.

Иными словами, если вы работаете для молодежной аудитории, то ВКонтакте она вся.

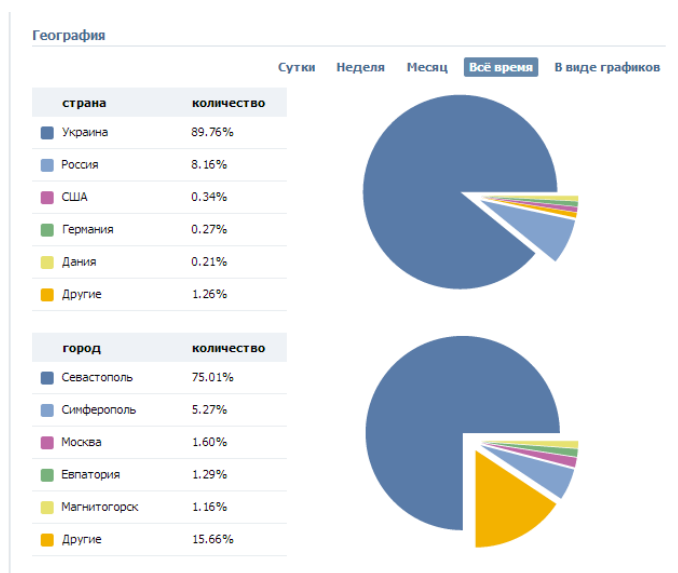
Эти же выводы были подтверждены при социологическом опросе, осуществленном путем анкетирования студентов-первокурсников СевНТУ в 2011 г. В результате анализа анкет выяснилось, что 95 % опрошенных респондентов активно пользуются социальной сетью ВКонтакте. Менее востребованы такие ресурсы как: Mail.ru, Facebook, Одноклассники.ру, Twitter и др. Кроме того, большой плюс сети «ВКонтакте» в том, что она едина и многообразна. Сюда можно включить и файлообменные сети, и микроблоги, и форумы и т.д. Поэтому, после анализа и обсуждения всевозможных вариантов выбор остался за этой социальной сетью.

Краткое содержание группы:

Представлена полезная краткая информация о библиотеке и её услугах, озвучено предложение о сотрудничестве. Размещена ссылка на официальный сайт библиотеки, добавляется анонс мероприятий и важных событий, а также ссылки на интересные страницы, представлены видео-, аудио-файлы, которые могут добавлять также и участники группы. Кроме информации о библиотеке и ее услугах, размещены 30 альбомов с подробными фотоотчетами о проводимых мероприятиях: «Межвузовская конференция», «Поэтический баттл», «Место встречи – библиотека», «Самые необычные книги в мире» и др., а также фотоальбом «Ретро», видеоролики: «35-я батарея-неизвестная драма», «Подземный Севастополь», «Крымские пирамиды», «Славянские мотивы», «50 самых красивых библиотек мира» и др. Кроме этого, на страницах группы ведется постоянные рубрики «Выдающиеся КРЫМЧАНЕ», «Все обо Всем», «Поэзия в авторском исполнении» и «НЕИЗВЕСТНОЕ ОБ ИЗВЕСТНЫХ...», где размещается информация о юбилеях выдающихся деятелей искусства, науки, литературы и известных личностях в истории человечества.

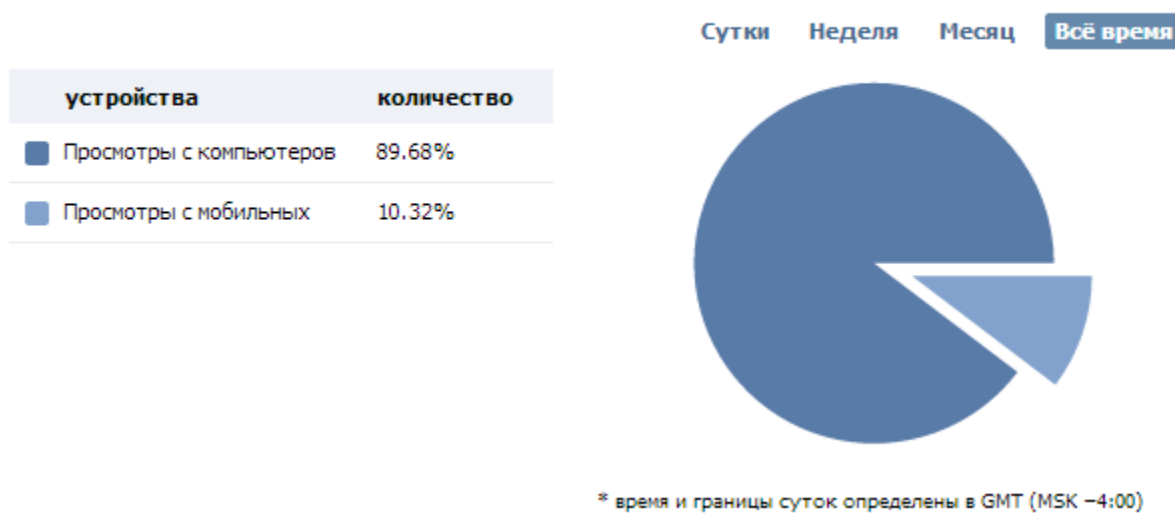
Совместно с абонементом учебной литературы был проведен эксперимент: выборочная проверка по фамилиям студентов, читателей библиотеки и зарегистрированных в сети ВКонтакте показала, что из каждых 10 читателей библиотеки СевНТУ – 6 являются пользователями сети. В связи с этим возникла идея создания отдельной группы для рассылки напоминаний о задолженностях студентам, являющимся читателями библиотеки и пользователям социальной сети, составлен текст сообщения, предпринята попытка общения с должниками, рассылка приглашений для посещения библиотеки и приглашения студентов в библиотечную группу и т.д.

На сегодня в группе 436 участников, 150 из которых – нынешние первокурсники, зарегистрировавшиеся на странице после записи в библиотеку. Рекламируя и продвигая свой социальный ресурс на сайте библиотеки, на Севастопольском студенческом форуме, а также с помощью распространения на всех библиотечных мероприятиях памяток с реквизитами группы, мы добились достаточно стойкого результата посещаемости и просмотров. В настоящее время согласно электронной статистике уникальных посетителей ежедневно в среднем 7, в месяц – около 210, просмотров группы в день -70. Активность среди мужской и женской аудитории примерно одинаковая: женщин – 61%, мужчин – 39%. География посещений такова: по странам – Украина – 89%, Россия – 9%, другие страны – 1, 2%, по городам лидирует Севастополь – 75%.



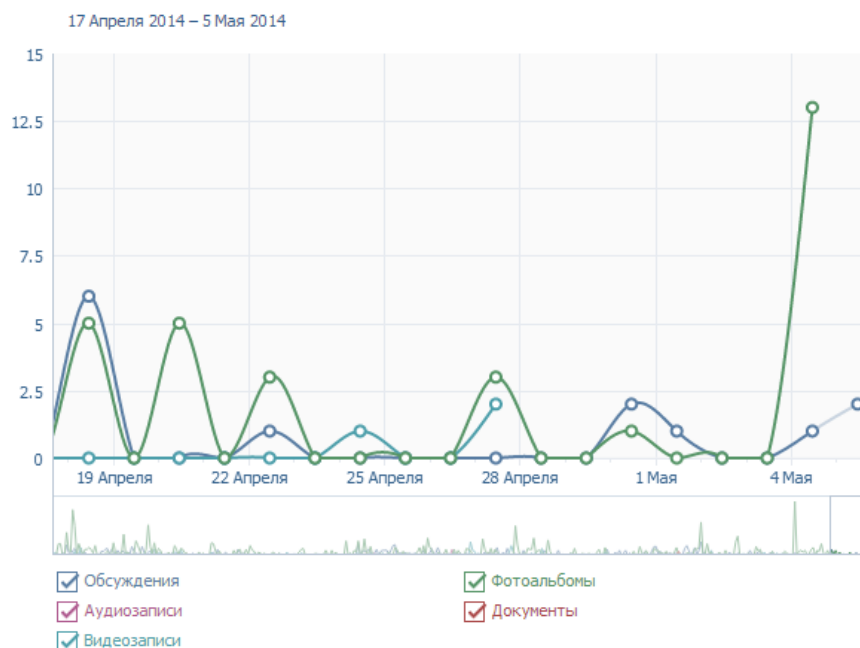
Интересен новый показатель статистики «Охват устройств», который позволяет определить с какого устройства осуществлялся просмотр страницы. Анализируя данный показатель, мы видим, что большинство наших пользователей по-прежнему более активно используют компьютер.

Охват устройств



Что касается распределения интересов участников группы по предлагаемым разделам, можно выделить наиболее популярные, в которых наблюдается постоянная активность- это фотоальбомы, видеозаписи и «стена» с ежедневно обновляемой информацией. Очень популярны опросы разной тематики: «Для чего Вы ходите в библиотеку?», «Можете ли Вы назвать себя эрудированным человеком?», «Какая историческая эпоха Вам близка?» и другие.

Просмотры разделов



Кроме того, в группе предложены темы для обсуждения, которые могут предлагать и сами участники: «Книги, которые произвели на вас наибольшее впечатление», «Очень полезная «вещь» Виртуальная справочная служба», «Навигатор», «Любимые цитаты из фильмов и книг» и др., в них есть возможность вести диалог и обмениваться мнениями.

Поддержка страницы группы – это непрерывный, кропотливый, а кроме того, творческий процесс. Очень нелегко идет осознание, что это – работа, требующая внимания и временных затрат,

которую выполняют не профессионалы-специалисты в области мультимедиа, а библиотекари, перед которыми стоит весьма сложная задача не только предоставить интересную информацию с целью привлечения интереса к библиотеке, но и оценить ее востребованность. Кроме того, библиотекарь, работающий с Интернет-аудиторией, с продвинутыми читателями, использующими соцмедиа, должен понимать их потребности, язык, на котором они общаются, уметь грамотно ответить на поставленный в Сети вопрос. На качественный проект необходимо время, это необходимо уметь делать, на это необходим ресурс [2]. Наиболее явной тенденцией сегодняшней библиотечной деятельности в социальных сетях стало развитие и решение проблем профессиональных коммуникаций. Многие библиотекари, начинающие свою деятельность в социальных сетях, одной из самых основных проблем выделяют недостаточность опыта и умения работать в новой коммуникационной среде. Согласно опросам, 47 % респондентов отмечают неспособность и неумение разговаривать с интернет-аудиторией, более 36 % не понимают, как оценивать эффективность этих проектов, более 28 % отмечают отсутствие технических навыков в разработке блогов, страниц, сообществ, для 26 % сложность вызывает определение целевой аудитории.

Подводя итог, хочется еще раз подчеркнуть, что группа «vkontakte ~ Library SevNTU, живущая в сети~» создана, прежде всего, как средство для поддержания отношений и формирования мнения у самой активной, самой влиятельной части целевой аудитории библиотеки – студенчества. Надо помнить, что социальные сети созданы в первую очередь не для рекламы, а для общения и если библиотеки хотят «дотянуться» до своего пользователя через Интернет, то нельзя работать только в одной социальной сети, эффективно срабатывает лишь комплексный подход к социальному маркетингу, что и станет нашими планами на ближайшее будущее.

Литература:

1. Огнева И.Н. Социальные медиа как среда для продвижения библиотеки / И.Н. Огнева // Библ. дело. – 2012. – № 6. – С. 32–33.
2. Социальные медиа vs читальный зал: [круглый стол по вопросам проблем, связанных с использованием соцмедиа] // Университетская кн.. – 2013. – май. – С. 43–49.
3. Шлыкова О.В. Культура мультимедиа: уч. пособие для студентов / О.В. Шлакова; МГУКИ. – М.: Фаир-Пресс, 2004. – 416с.+цв вкладка.
4. Руководство по использованию библиотекой блогов и социальных сетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ideafor.info/?p=4461>. – Название с экрана.
5. Современная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sbiblioteka.blogspot.com/2012/07/blog-post.html>. – Название с экрана.