

УДК 024.5

А.В. Долгалёва, В.Ю. Лицецкая

A.V. Dolgalyova, V.Yu. Lisetskaya

—◆◆◆—

**СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ИНСТРУМЕНТ
КОММУНИКАЦИИ МЕЖДУ СТУДЕНТАМИ
И БИБЛИОТЕЧНЫМИ РАБОТНИКАМИ
В УСЛОВИЯХ РЕЖИМА САМОИЗОЛЯЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ БИБЛИОТЕЧНО-МУЗЕЙНОГО КОМПЛЕКСА
ТЮМЕНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА)**

**SOCIAL MEDIA AS AN INSTRUMENT OF COMMUNICATION
BETWEEN STUDENTS AND LIBRARY WORKERS
IN SELF-ISOLATION REGIME CONDITIONS
(ON THE EXAMPLE OF THE LIBRARY AND MUSEUM COMPLEX
OF TYUMEN STATE UNIVERSITY)**

Аннотация. В условиях объявленной пандемии и режима карантина многие вузы перешли на дистанционный формат обучения, что, в свою очередь, повлияло на работу вузовских библиотек. Социальные сети становятся связующим информационным полем, которое объединяет библиотечных специалистов, студентов и преподавателей. В своей статье мы хотим обобщить полученный опыт работы по взаимодействию со студентами Тюменского государственного университета в условиях режима самоизоляции, а также рассказать об эффективных способах продвижения информационно-библиографических услуг посредством социальных сетей.

Annotation. In the conditions of the declared pandemic and quarantine regime, many universities switched to the distance-learning format, which in its turn affected the work of university libraries. Social networks are becoming a connecting information field that brings together library specialists, students and teachers. In our article, we want to summarize the experience gained in working with students of Tyumen State University in the conditions of self-isolation, as well as to tell about effective ways to promote information and bibliographic services through social networks.

Ключевые слова. Дистанционный формат работы, вузовские библиотеки, социальные сети, информационно-библиографические услуги, научно-образовательные ресурсы, тематический подбор литературы.

Keywords. Remote work, university libraries, social networks, information and bibliographic services, science education resources, topic-based literature selection.

—◆◆◆—

Социальные сети уже давно и прочно вошли в нашу жизнь, стали одним из ключевых моментов ее повседневности. Мы не представляем свою жизнь без современных оснащенных гаджетов. Уходя из дома или с работы, машинально проверяем: не забыт ли телефон. Так происходит

оттого, что нас не оставляет чувство, что мы можем упустить что-то очень важное. Мы обязательно должны перед сном пролистать ленту Instagram, или любой другой социальной сети, потому что завтра, отправляясь в глобальный мир, нам нужно быть во всеоружии.

Поскольку интернет охватил весь мир и все сферы жизнедеятельности, основной функцией социальных сетей на сегодня является поддержка связи между людьми, особенно когда они находятся далеко друг от друга [1, с. 607].

В условиях объявленной пандемии и режима карантина, многие вузы перешли на дистанционный формат обучения. Это, в свою очередь, повлияло на работу вузовских библиотек. Сейчас мы вынуждены усилить свою деятельность в социальных сетях, потому что именно соцсети становятся связующим информационным полем, которое объединяет библиотечных специалистов, студентов и преподавателей.

В первой части нашей статьи мы поговорим о том, как библиотеки организуют и развивают свою деятельность посредством социальных сетей. Во второй части мы хотим поделиться своим опытом продвижения информационно-библиографических услуг и подписных научно-образовательных ресурсов в социальных сетях в условиях режима самоизоляции.

Основной плюс ведения блогов в социальных сетях — это новые возможности взаимодействия с аудиторией, людьми, которые являются или могут являться нашими потенциальными пользователями, потребителями наших услуг, нашими «фолловерами» и щитом от постоянных нападков тех самых «хейтеров», которые все время твердят, что в библиотеку никто не ходит.

Но как сделать так, чтобы быть действительно интересными, читабельными и привлекательными для нашей аудитории. Давайте разберемся и для начала ответим на простые вопросы: кто наша аудитория, какие у нас возможности, чего мы хотим достичь?

Итак, аудитория (пользователи, читатели, подписчики, фолловеры и даже хейтеры и т.д.) Чаще всего, решая вопросы взаимодействия с аудиторией, мы опираемся на главный из них: как им угодить? Библиотечная аудитория может быть самой разнообразной по полу, возрасту, религиозной принадлежности и социальному статусу. У всех этих людей могут быть самые разные информационные потребности, которые они надеются удовлетворить, придя в библиотеку. Конечно, мы не можем решать всех проблем наших пользователей, но мы, как социокультурный институт, должны осознавать, что, как и другие, работаем в системе менеджмента качества и должны если не удовлетворять на сто процентов информационные потребности пользователей, то предлагать альтернативные решения.

Возможности. В большинстве библиотек, как правило, это те возможности, что не требуют значительных, а то и вовсе никаких финансовых затрат. Мы вышли в социальные сети, завели корпоративные странички, наметили контент-план, начали постить тематический контент и дальше плавно движемся в этом направлении. Здесь очень важно опираться на опыт более продвинутых в этом направлении коллег. Существует огромное количество сайтов, посвященных решению вопросов продвижения в социальных сетях. Так называемый SMM (Social Media Marketing) уже прочно вошел в рекламную нишу многих финансовых корпораций и стал

их обыденностью. Библиотеки тоже в стороне не остались, и во многих из них есть специально привлеченные специалисты-маркетологи, которые занимаются комплексным продвижением услуг не только через различные социальные платформы, но и активно взаимодействуя с представителями средств массовой информации. Используя возможности реализации продвижения через социальные сети, главное помнить, что SMM — процесс очень динамичный, поэтому нужно постоянно следить за меняющимися интересами аудитории и появлением новых трендов [3]. Если вы хотите достичь 1k+ подписчиков, значительно увеличить охват и интерес широкой аудитории к вашему блогу, помните, что возможности, которыми вы обладаете, тоже играют большую роль. Среди библиотекарей много творческих личностей, поэтому можно смело привлекать рядовых сотрудников к этой необъятной деятельности, но достичь результата уровня Lifestacker задача очень непростая.

Так чего же мы хотим достичь? Это главный вопрос, ответ на который заложен в самой миссии библиотеки.

«Вузовская библиотека — центр, в котором сходятся интересы различных целевых групп университета. Библиотека предоставляет свои сервисы, учитывая запросы каждой из них» [2, с. 60].

Библиотечно-музейный комплекс является частью информационного пространства Тюменского государственного университета. Наша миссия построена на обеспечении открытости и доступности информации путем удовлетворения информационных потребностей широкого круга пользователей.

Конечно, книговыдача все еще стоит на первом месте, но вместе с тем в вузовских библиотеках существуют специализированные информационно-библиографические услуги, нацеленные на оказание помощи студентам и преподавателям в их творческой и публикационной активности. Такие услуги нуждаются в продвижении, точно так же, как книжный фонд или культурно-досуговые мероприятия. К таким услугам нашего Комплекса относятся: электронная доставка документа; подбор библиографического списка литературы по теме научного исследования; редактирование библиографического списка литературы в соответствии с ГОСТами; дифференцирование обслуживания руководства / избирательное распространение информации; корректировка и добавление публикаций в РИНЦ; подбор списков журналов, индексируемых международными наукометрическими базами данных и т.д. Все услуги и сервисы представлены на Библиопортале нашего Комплекса по ссылке: <https://bmk.utmn.ru/ru/pages/servis/>.

Большинство университетских библиотек, используя на практике некоторые из вышеперечисленных услуг, идут по пути дополнительного заработка. Мы тоже шли по этому пути и осознали, что востребованность этих услуг приближена к минимуму. Тогда совершенно логичным было двигаться в обратном направлении, но при этом необходимо как-то возвращать потенциальных пользователей услуг в библиотеку. На помощь пришли соцсети.

На первом этапе мы проанализировали перечень услуг, которые могли бы оказывать бесплатно для определенной категории пользователей (это студенты и преподаватели). Затем был составлен контент-план по целевым задачам информационно-библиографических услуг и сформированы анонсы информационных сообщений. И наконец, при использо-

вании простых способов продвижения в социальных сетях был запущен механизм действия: опубликован первый информационный пост в социальной сети Вконтакте по услуге «Тематический подбор литературы». Именно в социальной сети Вконтакте большую часть подписчиков нашей группы составляют студенты Тюменского государственного университета. Цели, которые мы перед собой ставили: увеличение количества обращений к услуге; повышение книговыдачи; увеличение количества обращений к подписным электронным ресурсам.

Каким образом нам удастся достичь вышеперечисленных целей. Во-первых, студенты, узнав о возможности бесплатно получить такую привлекательную услугу, как подбор источников по теме исследования, откликаются и начинают передавать эту информацию по цепочке, посредством репостов и лайков. Во-вторых, библиографы осуществляют подбор источников по теме научного исследования, преимущественно по собственным базам, таким как электронный каталог, а также подписным электронным ресурсам. Таким образом, в первую очередь мы ориентируем на использование информационных ресурсов библиотеки при написании научной работы, а студенту всегда предоставляется право выбора: использовать источники, подобранные специалистом или искать самостоятельно.

Также хотим отметить и тот факт, что при использовании в выпускной квалификационной работе источников, подобранных профессиональным библиографом, существенно повышается качество работы. Во-первых, это будут проверенные источники из надежных информационных ресурсов, а также учебная и научная литература, проходящая рецензирование, экспертизу и имеющая грифы Министерства образования и науки РФ или соответствующих УМО вуза. Во-вторых, все источники будут оформлены по рекомендованным правилам библиографического описания, что в свою очередь упрощает процесс цитирования.

При переходе вузов на дистанционный формат обслуживания, повышается спрос на использование электронных библиотечных систем в удаленном режиме. Здесь в процессе информирования наших студентов также приходят на помощь социальные сети.

После того, как наш университет перешел на дистанционный формат работы, сотрудниками библиотеки было составлено информационное письмо, адресованное нашим пользователям, в котором мы рассказали о грядущем режиме работы на предстоящем карантине, описали разновидность наших услуг и то, каким образом они будут выполняться на «удалёнке». Письмо было размещено и закреплено на страницах соцсетей Вконтакте и Фейсбук.

С первых же дней удаленной работы этот метод показал себя востребованным и эффективным: студенты и аспиранты заказывали списки литературы к письменным научным работам, преподаватели обращались за консультациями по технологии работы с электронными ресурсами и библиографическими менеджерами, и те и другие активно получали от библиографов подробные инструкции по удаленной регистрации и чтению книг в подписных электронно-библиотечных системах.

Процесс консультационной работы был выстроен таким образом, что библиографам иногда приходилось выходить за рамки установленного рабочего времени, а письма, приходящие на электронную почту, и вовсе

решено было принимать в круглосуточном режиме. Хорошим помощником стал сервис «Спроси библиотекаря», расположенный на Библиопортале. Авторизованные пользователи БМК могут получать профессиональную консультацию в режиме виртуальной справки.

Была развернута активная работа по постингу свежей актуальной информации от поставщиков-агрегаторов наших электронных ресурсов, которые только начали открывать для удаленной работы регистрацию в своих продуктах. И если ранее регистрация была доступна только с компьютеров Интернет-сети ТюмГУ, то теперь такая регистрация стала осуществляться из дома. Видя вновь появляющуюся информацию, читатели получали возможность задавать вопросы библиографам по регистрации в ЭБС, получать рекомендации и успешно пользоваться контентом в своей учебной и научной деятельности. Итогом такого оповещения стала комплексная инструкция по работе с подписными электронными ресурсами, которая была размещена на страницах социальных сетей БМК и Библиопортале.

Также для удобства пользователей нами были разработаны короткие видеоинструкции по удаленной регистрации с помощью Федерации доступа к удаленным ресурсам учебной среды «ФЕДУРУС» в самых востребованных электронно-библиотечных системах среди наших студентов, таких как ЭБС Znanium и ЭБС Лань. Видеоинструкции были представлены на платформе Instagram TV официальной страницы Instagram Библиотечно-музейного комплекса.

В ходе удаленной работы открываются и новые формы продвижения библиотечного фонда, которые, к тому же, призваны освежить интерес читателя в Internet-сети. Сейчас в нашем плане стоит создание видеотзывов о прочитанной книге от первого лица.

Полноценная работа в удаленном режиме — это процесс, требующий повышенной дисциплины, который является по-особенному сближающим с читателями. В такой обстановке общение становится более доверительным. Социальные сети становятся важным инструментом в развитии непрерывного процесса научно-образовательной деятельности студентов, а наша востребованность, в свою очередь, влияет на показатель эффективности библиотечно-информационной деятельности.

Библиографический список

1. Бурко, Р. А. Социальные сети в современном обществе / Р. А. Бурко, Т. В. Терёшина. — Текст : электронный // Молодой ученый. — 2014. — № 7 (66). — С. 607–608. — URL: <https://moluch.ru/archive/66/11009/> (дата обращения: 13.04.2020).
2. Дудникова, О. В. Роль библиотеки в информационно-аналитическом сопровождении научно-публикационной деятельности вуза / О. В. Дудникова, А. А. Богомолов, О. А. Смирнова. — Текст : непосредственный // Университетская книга. — 2018. — № 2 (март). — С. 60–63.
3. Маркетинг в социальных сетях: [материал из Википедии — свободной энциклопедии]. — Текст : электронный // Википедия: свободная энциклопедия : [сайт]. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/> (дата обращения: 27.04.2020).

Сведения об авторах

Долгалёва Анна Валерьевна — заведующая сектором библиографии Библиотечно-музейного комплекса Тюменского государственного университета (Тюменская область, город Тюмень).

Лисецкая Виктория Юрьевна — ведущий библиограф Библиотечно-музейного комплекса Тюменского государственного университета (Тюменская область, город Тюмень).