

Волынкин М. С., БГУКИ, студент 201 группы  
очной формы обучения  
Научный руководитель – Мицкевич Ю.В.,  
кандидат педагогических наук, доцент

## **ФРАНЦУЗСКИЙ И БЕЛОРУССКИЙ ОПЫТ ПРОДВИЖЕНИЯ БИБЛИОТЕК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Примерно две с половиной тысячи лет до нашей эры на территории, которая сегодня носит название Междуречье (современный Ирак, северо-восточная Сирия, периферийно Турция и Иран, между реками Тигр и Евфрат), сформировался такой знаковый социально-культурный институт как библиотека.

Активное развитие телекоммуникаций и сети интернет, обусловило необходимость пересмотра основных функций библиотек, а также механизмов их взаимодействия с аудиторией. С наступлением эры высоких технологий, когда практически у каждого человека есть телефоном, с выходом в интернет и возможностью найти нужную информацию. Посещение библиотек не обязательным. Как никогда актуальны дискуссии на тему реформ в библиотечной сфере. Библиотеки стали оборудовать беспроводным интернетом (WI-FI), появились зоны повышенного комфорта для занятий, заведения общественного питания, комнаты отдыха, конференц-залы и многое другое. В наши дни, как никогда актуально утверждение Н. Рериха: «Библиотека – это и место работы, и храм мысли, и научно – исследовательский центр, и лаборатория, и музей, и место высоких радостей ума и глаз».

На наш взгляд, в XXI веке, библиотека – это мультифункциональный институт где созданы условия для:

- научно-исследовательской деятельности;
- освоения и осмысления трудов учёных;

– коворкинг – совместной работы разных групп населения, объединенных одной задачей, или работающих в одиночку.

Реклама в социальных сетях – современный механизм продвижения библиотек. Такие крупные социальные сети, как Instagram, Facebook, ВКонтакте внедряют внутренние системы, которые позволяют пользователям продвигать свой товар самостоятельно без крупных финансовых вложений и углубленных знаний механизмов маркетинга.

Интернет в мире и в Беларуси является перспективным, эффективным каналом информирования населения. Активное развитие сети Интернет, привело к трансформации информационных и коммуникационных ресурсов и платформ в развитых странах Европы и мира, последствия которого уже можно заметить в 2020 году. Формируя новый облик социума, называемого в исследованиях: обществом нового типа постмодерна. Реклама в социальных сетях, интегрирована в различные сферы жизнедеятельности человека.

Объектами нашего исследования выступают национальные библиотеки Франции и Беларуси. В фокусе внимания взаимодействие данных социально-культурных институтов с целевой аудиторией через социальные сети.

Национальная библиотека Франции основана в 1368 году на территории Лувра, в 2014 году новые здания библиотеки были введены в эксплуатацию. Хранилище библиотеки насчитывает более 9 миллионов книг. Онлайн библиотека «Галлика» [1], включает в себя документы, книги, карты, выпуски газет и журналов, а также картины, аудиозаписи, манускрипты и тексты, и ноты песен, и другие физические предметы искусства. Национальная библиотека Франции имеет собственный театр «Опера Гарнье». В основном комплексе, названном в честь Франсуа Миттерана, оборудовано три тысячи мест для студентов со всего мира. На первых уровнях есть специальные места для исследователей и учёных, оборудованы места общественного питания, бесплатная печать и ксерокопия и доступ ко всем ресурсам библиотеки. Читательские и исследовательские залы

доступны к посещению ежедневно с 9:00 до 20:00, за исключением воскресенья (с 13:00 до 19:00) и понедельника с 14:00 до 20:00).

В Национальной библиотеке Франции ведётся активная работа с посетителями через эмоционально-насыщенное общение, как в офлайн, так и в онлайн пространстве. Библиотека представлена в таких социальных сетях, как Instagram [2], Facebook [3] и Twitter [4], через которые идёт активное информирование аудитории о мероприятиях, которые проходят на территории библиотеки и с участием Национальной библиотеки Франции; на площадке YouTube [5] публикуются записи лекций и подкастов, на различные тематики, со спикерами. Важно заметить, что контент который публикуется на перечисленных платформах отличается и повторяется в редких случаях, что стимулирует целевую аудиторию подписываться на источники в зависимости от интересов.

Национальная библиотека Беларуси была основана в 1922 году как Белорусская государственная и университетская библиотека Белорусского государственного университета (БГУ). На момент открытия фонды насчитывали 60 тысяч экземпляров. В настоящее время фонды имеют более 9,8 млн единиц хранения на различных носителях. Здание оборудовано системой доставки книг «Хьюлетт-Паккард», который на момент открытия библиотеки являлся новаторским и не имел аналогов на территории СНГ. Востребованными услугами Национальной библиотеки Беларуси, являются виртуальный читательский зал, оборудованные места непосредственно в самой библиотеке для всех владельцев читательского билета, 110 баз данных, электронная доставка документов, что позволяет заказать цифровые копии фрагментов документов (книг, статей из журналов и газет, карты и так далее) из фондов Национальной библиотеки Белоруссии в любую страну мира. Заказ оформляется удалённо через портал библиотеки. Копии направляют по электронной почте. На территории библиотеки оборудованы места общественного питания, два музея, две выставочные галереи, смотровая площадка, детская комната, физкультурно-оздоровительный комплекс, а так

же аренда различного рода залов и помещений. Взаимодействие с целевой аудиторией осуществляется по средствам прямого взаимодействия и через социальные сети, Национальная библиотека Беларуси представлена в: Instagram [6], Facebook [7], ВКонтакте [8], где осуществляется информирование аудитории об активностях библиотеки.

Результатом нашего исследования публикуемых материалов в социальных сетях двух библиотек, мы выяснили, что социальные сети Национальной библиотеки Франции направлены на привлечение и удержание внимания аудитории к деятельности заведения. Разносторонний подход к публикации контента в социальной сетях, учитывая особенности, такие как: качественная фотография для Instagram, сжатые и понятные тексты для Твиттера, записи лекций и встреч с лидерами мнений для YouTube, позволяют привлекать больше внимания к деятельности заведения. Количества подписчиков в: Instagram 58,8+ тысяч; YouTube 6+ тысяч, 2,5+ тысяч в Twitter. Стоит отметить что: вовлеченность аудитории в контент, который размещается на площадках, о чем свидетельствует наличие отметок «нравится», репостов, комментариев. Социальные сети Национальной библиотеки Беларуси скорее являются имиджевой составляющей, материалы который публикуются в социальных сетях являются общими и не привлекает особого внимания со стороны аудитории, не ассоциируются конкретно с данным заведением. Числом подписчиков в социальных сетях Национальной библиотеки Беларуси: ВКонтакте 2.401[8], Instagram 704[6], Facebook 623[7] с низкой вовлечённостью аудитории в контент.

Таким образом результаты анализа деятельности Национальной библиотеки Франции и Национальной библиотеки Беларуси позволяют утверждать, что:

– материалы, публикуемые на официальных страницах в социальных сетях организаций должны соответствовать ожиданиям аудитории той или иной социальной сети;

- взаимодействие организаций с целевой аудиторией в социальных сетях, должно выстраиваться по разработанной и утвержденной стратегии;
- социальные сети являются мощным маркетинговым и рекламным механизмом, через который учреждения выстраивают гармоничное взаимодействие с аудиторией.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Галика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gallica.bnf.fr>. – Дата доступа: 06.03.2020.
2. Инстаграм страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/labnf/>. – Дата доступа: 01.03.2020.
3. Фэйсбук страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/bibliothequebnf/>. – Дата доступа: 05.03.2020.
4. Твиттер страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://twitter.com/laBnF>. – Дата доступа: 10.03.2020.
5. Ютуб страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/user/BibliothequeBnF>. – Дата доступа: 05.03.2020.
6. Инстаграм страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.instagram.com/nlb\\_by/](https://www.instagram.com/nlb_by/). – Дата доступа: 05.03.2020.
7. Фэйсбук страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.facebook.com/www.nlb.by/>. – Дата доступа: 05.03.2020.
8. Вконтакте страница Национальной библиотеки Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://vk.com/nlb\\_by](https://vk.com/nlb_by). – Дата доступа: 07.03.2020.