

творческой деятельности, создавая не только ковры, но декоративные панно, аксессуары, дизайнерские принты для одежды.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Емельянова, Т.Д. Вышивка / Т.Д. Емельянова, Т.И. Еременко, Р.Ф. Щетинина. – М.: Издательство научно-технической литературы РСФСР, 1960. – 140 с.
2. Кошаев, В.Б. Декоративно-прикладное искусство: Понятия. Этапы развития: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Декоративно-прикладное искусство» / В.Б. Кошаев. – М.: Гуманитар, изд. центр ВЛАДОС, – 2010. – 272 с.
3. Платонова, Н.И. Энциклопедический словарь юного художника / Н.И. Платонова, В.Д. Синюков. – М.: Педагогика, 1983. – 416 с.
4. Разные типы игл для вышивания и их предназначение // Shvejka: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://shvejka.com/vidy-igl-dlya-vyshivaniya-i-ix-osobennosti-991.html/>. – Дата доступа: 03.03.2020.

Курилюк А. С., магистрант

Научный руководитель – Бигеза В. М.
кандидат филологических наук, доцент

ПРОДВИЖЕНИЕ БИБЛИОТЕК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СЕРВИСАХ

В современном мире присутствие библиотеки в социальных сетях уже не мода, а необходимость. Здесь библиотека может публиковать новости, знакомить с новыми поступлениями и интересными материалами, оперативно отвечать на вопросы пользователей, проводить опросы, делиться фотографиями, видеоматериалами и многое другое. Возможности социальных сетей для приглашений на мероприятия позволяют

моментально получить обратную связь, обменяться комментариями, быть в курсе событий. Но самое главное – библиотека будет общаться со своими реальными и потенциальными читателями в привычной для них среде, станет доступной даже в мобильном телефоне.

Развитие социальных сетей помогает библиотекам установить самые неожиданные партнёрские связи. Для продвижения библиотеки в виртуальной среде важно делиться разнообразным общением, используя также и другие ресурсы.

Интеграция социальных сетей и библиотечного сайта позволяет привлечь новых пользователей на ресурс и открывает новые возможности для распространения содержимого информационного наполнения сайта. Для этого следует добавить на сайт кнопку «социальная сеть», которая даст пользователям возможность поделиться впечатлением и материалами.

Социальные сети – среда для партнёрства и диалога. Они являются экономичным и эффективным способом изучения мнений о библиотечных услугах, формирования положительного имиджа, налаживания коммуникаций с реальными и потенциальными пользователями. Независимо от того, что начинают использовать в продвижении библиотеки – социальные сети или библиотечный сайт с «налётом социальности» – важно начать диалог и обмен информацией между пользователем и библиотекой [28].

Существует ряд поводов, согласно которым библиотеке необходимо присутствие в социальных сетях:

- публикация новостей (предусматривает под собой размещение разного рода информации, которая может оказаться полезной для пользователя: о событиях, мероприятиях, время работы и т.д.);
- новые поступления (такой блок информации подразумевает оперативное оповещение своих подписчиков о поступлении в библиотеку новой литературы с кратким описанием поступивших материалов);
- материал вовлекающего характера (в библиотечных группах такой

материал имеет большое значение, именно он является отправным пунктом в привлечении в свою группу пользователей. К опубликованию такого материала необходимо подходить креативно и аккуратно);

– обратная связь с пользователями (читатель может оставить отзыв, отклик на какое-либо действие или событие, происходящее в библиотеке, может задать интересующий его вопрос и тут же получить на него ответ. При этом необходимо помнить, что оперативность ответа будет только плюсом для библиотеки, поэтому необходимо, чтобы библиотекари всегда были «online»);

– проведение опросов (это поможет библиотеке лучше узнать пожелания пользователей по работе библиотеки в реальной и виртуальной среде);

– размещение фотографий, видеоматериалов (они помогут не просто представить, а увидеть, как проходит мероприятие, выставка, конференция, семинар);

– информация о ресурсах и услугах библиотеки (размещение такой информации поможет в краткой, доступной и неформальной форме показать, что из себя представляют ресурсы и услуги, которые предоставляет библиотека, как ими пользоваться);

– самостоятельное продление изданий (это своего рода «Электронный журнал продления изданий». Он позволит самостоятельно просматривать сведения о взятых изданиях, продлевать издания в случае необходимости. Такая функция очень удобна и практична. Чаще всего наши читатели забывают продлить свою книгу, а такая услуга позволит при наличии Интернета в любом месте и в любое время это сделать, избежав «наказания» в виде лишения обслуживания на месяц, что чаще всего происходит в библиотеках).

Возможности социальных сетей для приглашений на мероприятия позволяют моментально получить обратную связь, обменяться комментариями, быть в курсе событий. Но самое главное – библиотека

будет общаться со своими реальными и потенциальными читателями в привычной для тех среде [47].

Основная цель библиотеки в социальных сетях – быть более доступной для читателей. Конечно, эта цель достигается по-разному, ведь на страничку библиотеки люди заходят с разными запросами: кто-то подписывается из любопытства, кому-то интересна сама библиотека, кто-то активно пользуется соцсетью, как каналом связи. Прежде всего, в библиотеках используются такие социальные сети, как Вконтакте, Twitter, Facebook, Instagram, видеохостинг YouTube.

Социальная сеть «Вконтакте» является одним из самых популярных средств общения современных людей, ведь в сети сближение людей происходит легче, чем в реальной жизни. Группа «Вконтакте» – это виртуальный образ библиотеки, где размещаются новости, обсуждения книг, рассказы о мероприятиях. Фотографии особенно привлекают внимание посетителей, загружаются видеоролики и видеопрезентации как самими библиотекарями, так и читателями. Такая группа существует во многих библиотеках. Но, к сожалению, каждая библиотека по-разному использует ее. Ведь чтобы сделать группу интересной, необходимо проводить опросы, рекламировать книги, также поздравлять с различными праздниками, напоминать о памятных датах, приглашать принять участие в мероприятиях, делать виртуальные выставки, размещать аудиозаписи, которые также привлекают читателей, проводить конкурсы. В данной группе может размещаться услуга продления сроков пользования книгой. Пользователями группы могут быть не только читатели библиотеки, но и все желающие [13].

Социальная сеть «Facebook». Аудитория пользователей сетью «Facebook» растет с огромной скоростью. Функциональные возможности этого ресурса максимально отвечают потребностям пользователей, а часто даже предупреждают их и наиболее приспособлены для продвижения библиотеки, потому что общаться, организовывать и поддерживать профессиональные и личные контакты с помощью «Facebook» удобнее

всего. Сеть устроена логично, хотя на первый взгляд не вполне удобна, но новые кнопки на Facebook часто становятся именно тем, о чем пользователь думал или мечтал. При разработке концепции страницы, как правило, многие библиотеки опираются на собственное представление о том, что может быть интересно посетителю, полагаясь на опыт и обширный круг знакомств.

Зарегистрировав сообщество, авторы описывают библиотечную жизнь изнутри, с дружеской интонацией, иронией, юмором. Зашедший на страничку может быть уверен, что говорит именно с тем, кто искренне считает, что это место стоит посещать [46].

Библиотека в «Instagram». Первыми Instagram освоили университетские библиотеки, ведь их аудитория проводит столько времени в социальных сетях, что было бы глупо не воспользоваться этим в образовательных целях. Людям всегда интересно знать, что происходит вдали от глаз обычных посетителей. Тем более что в современных библиотеках работают молодые и веселые сотрудники, которые умеют неплохо проводить время на работе [33].

К сожалению, для того, чтобы библиотека сама присутствовала в Instagram, а не просто отображалась ее деятельность со страницы сотрудника самой библиотеки или обычного пользователя социальной сети, есть свои нюансы. Например, каждый пост необходимо согласовывать с администрацией, и, конечно же, это не практично и неудобно постоянно «бегать», это будет только затормаживать продвижение библиотеки в Instagram.

Среди мультимедийных сервисов большое распространение получил видеохостинг YouTube.

Видеохостинг – сайт, позволяющий загружать и просматривать видео. Свои каналы здесь имеют многие библиотеки. Чаще всего они размещают сюжеты о различных аспектах деятельности, самостоятельно создают ролики о книгах и писателях, записи с конференций и библиотечных

мероприятий. Библиотеки уже оценили преимущества YouTube – огромная аудитория, возможность "вирусного" распространения, наличие пользовательских комментариев [30].

Таким образом, все вышеперечисленные социальные сети помогают библиотекам в их работе, конечно же, не стоит ожидать того, что увеличение подписчиков группы библиотеки в социальных сетях немедленно приведет к увеличению количества читателей, которые станут посещать библиотеку лично. Наоборот библиотеки стараются пополнять свои электронные библиотеки, развивать удаленные сервисы и делать так, чтобы читатель мог получить максимум информации без необходимости приезжать в главное здание библиотеки. И в данном случае социальные сети помогают как ничто другое.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гинчак, Н. А. Библиотека "ВКонтакте" / Н. А. Гинчак // Современная библиотека. – 2014. – № 8. – С. 42–44.
2. Кулиш, О. Пространство, в котором легко ориентироваться: Современные возможности развития архитектуры / О. Кулиш // Библиотека. – 1999. – №7. – С. 85–87.
3. Огнева, И. Н. Библиотеки в социальных медиа [Электронный ресурс] / И.Н. Огнева. – Режим доступа: http://arzbiblio.ru/index.php?catid=28&id=234&Itemid=31&option=com_content&view=article. – Дата доступа: 25.03.2021.
4. Попова, Р. 6 инстаграммов, спасающих библиотеки от занудства. Приемы и трюки, которым можно научиться у библиотекарей [Электронный ресурс] / Р. Попова. – Режим доступа: <http://www.lookatme.ru/mag/live/inspiration-lists/211057-instagram-libraries>. – Дата доступа: 25.03.2021.
5. Фёдоров, А. О. Продвижение библиотек в социальных сетях // Университетская книга. – 2012. – № 3. – С. 56–59.

6. Фонотов, Г. И явится всемирная библиотечная система / Г. Фонотов // Библиотека. – 2003. – №2. – С. 9–11.

Курьянович М. А., Бычковская В. А., студенты 102а группы
Научный руководитель – Матвеев А. Г.,
старший преподаватель

АНАЛИЗ ИССЛЕДОВАНИЙ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА КОГНИТИВНЫЕ СПОСОБНОСТИ ЧЕЛОВЕКА

21 век – век неожиданных открытий и новых технологий. Век, когда любой представитель общества может в считанные секунды узнать все, что ему необходимо. Век, когда появились социальные сети.

Социальная сеть – сообщество пользователей, объединенных определенной онлайн платформой (веб-сайтом, сервисом), основной характеристикой которого является возможность свободного взаимодействия между ними с целью установления и поддержания социальных связей. Данные сообщества стали заменять реальную жизнь. У многих людей, как не принадлежащих к поколению детей интернета, так и любого пользователя может появиться вопрос: почему же социальные сети стали так популярны и даже почти незаменимы? Соцсети стали главным досугом в интернете благодаря множеству причин. Во-первых, они предложили пользователям неограниченное виртуальное пространство для снимков, таким образом, заменив хранилища фотографий. Во-вторых, обзавелись видеосвязью, чем облегчили процесс общения людей на больших расстояниях. В-третьих, соцсети заменили телевизор и кинотеатр. Сейчас люди могут смотреть абсолютно любые фильмы в домашних условиях, эта функция стала особо применима в последние два года, поскольку пандемия оставила множество семей взаперти. В-четвёртых, через них бизнес стал удобнее и ближе. Сегодня вы можете приобрести все