

heidelberg.de/artdok/4102/1/Kurzej_Miedzy_Narodzinami_2010.pdf. Дата доступа: 20.05.2022.

15. Pogorzelska Irena [Электронны рэсурс]: - Рэжым доступу: <https://independent.academia.edu/IrenaPogorzelska>. Дата доступа: 20.05.2022.

16. Tablica gołuchowska z ok 1620 roku. Ubiór szlachty polskiej [Электронны рэсурс]: - Рэжым доступу: <https://biblioteka.teatrnn.pl/dlibra/doccontent?id=40630> Дата доступа: 15.03.2025.

17. Zbigniew Bochenski. A Description of the Stockholm Roll // Studia do dziejów dawnego uzbrojenia i ubioru wojskowego, cz. IX i X, Kraków 1988.

Великая А.А., студент 431 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Козленко Е.Ю.,
кандидат педагогических наук, доцент

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНТЕНТА БИБЛИОТЕК В МЕССЕНДЖЕРАХ (НА ПРИМЕРЕ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛОВ НАУЧНЫХ БИБЛИОТЕК)

В нынешних реалиях информационного общества цифровые технологии радикально преобразуют взгляды на способы обмена информацией и коммуникацию между библиотекой и пользователем. В этих условиях мессенджеры стали одним из самых значимых инструментов для взаимодействия с аудиторией, позволяя не только оперативно делиться информацией, но и создавать полноценное интерактивное пространство для обмена знаниями, идеями и мнениями.

В последние годы в практическую деятельность библиотек все активнее внедряются инновационные инициативы, позволяющие им конкурировать в среде предоставления информационно-образовательных услуг, что связано в первую очередь с непрерывным и ускоряющимся ростом распространения потоков информации. Мессенджеры открывают для библиотек возможность своевременно и качественно реагировать на растущие запросы пользователей, предлагая для этого различные форматы и методы представления контента. Помимо этого, создаются все условия для поддержания двустороннего взаимодействия через чаты, реакции и комментарии. Благодаря возможности интегрировать в информационные сообщения мультимедийные элементы и персонализировать их, библиотеки становятся динамичными центрами не только для поиска информации, но и развития культурной активности.

Актуальность исследования первоначально обусловлена ростом количества телеграм-каналов научных библиотек в частности и большой популярностью мессенджеров в повседневной жизни общества в целом, что стимулирует библиотеки осваивать новые методы создания и распространения контента для популяризации своих ресурсов, продуктов и услуг.

Термин «мессенджер» не имеет единого общепринятого определения, поэтому в исследовании обращено внимание на обобщенный вариант понятия, данный Н. А. Стефановой, а именно: мессенджер – это программное приложение или онлайн-сервис, предоставляющий возможность мгновенного обмена текстовыми сообщениями, мультимедийными файлами и другими данными в режиме реального времени через интернет [1].

Контент рассматривается в значении совокупности информационных материалов, которые предназначены для восприятия аудиторией и взаимодействия с ней, создаваемые и распространяемые через цифровые каналы связи с целью передачи знаний и/или развлечения.

Методом синтеза можно определить контент мессенджеров как информационные материалы (текстовые, мультимедийные, инфографика, аудио- и видео-), специально адаптированные и предназначенные для обмена в режиме реального времени через различные мессенджерные платформы.

Использование мессенджеров, в частности Телеграм, в библиотеках предполагает не только применение различных форматов представления информации, что увеличивает вовлеченность аудитории и ее более широкий охват, особенно среди молодежи, но и постоянный анализ разных типов контента, учитывая их эффективность в рамках поставленных задач, поддержание обратной связи и возможность своевременной корректировки контент-стратегии.

Ключевым аспектом для формирования и распространения контента должны быть именно пользователи, их интересы и запросы. Для успешной подачи и восприятия сообщения должны быть лаконичными и ясными, что способствует снижению когнитивной нагрузки. Для активного вовлечения аудитории рекомендуется использовать инструменты персонализации и интерактивности. Теоретические исследования доказывают, что включение в информационные материалы элементов сторителлинга, мультиформатности и визуальной идентичности напрямую влияют на заинтересованность пользователей в них [2].

На практическом опыте можно утверждать, что помимо данных аспектов не менее важную роль имеют также кроссплатформенность, автоматизация рутинных задач и соблюдение оригинальной айдентики библиотеки. Интеграция телеграм-каналов с официальными сайтами библиотек и их социальными сетями позволяет увеличить охват пользователей и уменьшить затраты на рекламу; автоматизация некоторых процессов (введение чат-ботов в формате вопрос-ответ, использование возможностей нейронных сетей для получения справочных сведений и персонализированных рекомендаций и прочее) оптимизирует

временные затраты работников и экономит финансовые ресурсы библиотеки; продвижение и сохранение единого оформления способствует узнаваемости организации и укреплению имиджа. К тому же одно из преимуществ мессенджеров, такое как быстрота и мобильность, напрямую указывает на обязательность регулярного постинга, создание контент-планов и графиков публикаций, чтобы не только сохранять интерес аудитории, но и усиливать.

Особенно актуальным эффективным применение современных цифровых инструментов становится для научных библиотек, где сохраняются высокие требования как к качеству предоставляемого контента, так и к продуманной коммуникации с подписчиками. Так Центральная научная библиотека им. Я. Коласа НАН Беларуси с аудиторией в 290 подписчиков на 18-е марта 2025-го года и информационно-насыщенным разнообразным контентом (более 3000 изображений, 36 видео, 527 гиперссылок) подчеркивает узкоспециализированную направленность и пользу своих публикаций. В это же время канал Научной библиотеки Белорусского национального технического университета на практике демонстрирует эффективность регулярного постинга на основе высокого уровня вовлеченности подписчиков (порядка 77%).

Технические возможности Телеграм позволяют научным библиотекам выработать собственный оригинальный стиль ведения каналов, что выделит их среди других подобных платформ. В эпоху перегруженности информацией пользователи нуждаются в структурированном и легко воспринимаемом контенте. Для того, чтобы успешно адаптировать предлагаемые материалы, важно проводить анализ пользовательского поведения, то есть отслеживать интересы аудитории, изучая ее взаимодействие с разными видами контента. Использование аналитических инструментов (встроенная статистика Телеграм, внешние сервисы со схожим функционалом мониторинга) служит основой для корректировки стратегий формирования и продвижения информационных материалов.

Помимо этого, в контексте научных библиотек особую роль играет формирование цифровой грамотности пользователей. Введение образовательного контента в виде научных материалов, проведение вебинаров, создание интерактивных гайдов по поиску и использованию ресурсов библиотеки и работе с базами данных способствует росту компетентности подписчиков в данных вопросах. Все это открывает новые горизонты научным библиотекам для создания целостного цифрового пространства и укрепления своей роли как научно-образовательных центров.

Изучение теоретических основ и практического опыта обосновывает переход библиотек от традиционных каналов коммуникации к цифровым, как необходимый шаг для дальнейшего развития в информационном пространстве. Преимущества мессенджеров на данной стезе, такие как эргономичность, скорость реагирования, интерактивность и экономичность, неоспоримы, однако для максимальной эффективности при их использовании необходима разработка системного подхода к формированию и распространению контента и своевременное технологическое совершенствование. Разработка методических рекомендаций в отношении данного направления позволит в дальнейших перспективах перейти к изучению иных инновационных технологий (таких как искусственный интеллект, дополненная и виртуальная реальность и подобные) на более глубоком уровне, что также способствует расширению функционала библиотек и улучшению качества предоставляемых услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стефанова, Н. А. Мессенджеры как цифровой бизнес-инструмент / Н. А. Стефанова, К. О. Шматок // Карельский научный журнал. – 2018. – № 2. – С. 127–129.

2. Цветкова, О. Л. Сторителлинг как инструмент бренд-коммуникации / О. Л. Цветкова // Верхневолжский филологический вестник. – 2021. – № 4. – С. 66–74.

Величко Н.В., студент 317 группы
очной формы получения образования
Научный руководитель – Немцева О.А.,
кандидат искусствоведения, доцент

КОНЦЕПЦИЯ ЭТНОШКОЛЫ В КОНТЕКСТЕ НАРОДНО- ИНСТРУМЕНТАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСИ

Во второй половине XIX в. в России начинается формирование народно-инструментальной культуры письменной традиции, отличием которой от фольклора стало подчинение народной музыки законам нотографии, модификация аутентичных музыкальных инструментов, сценическая концертная практика, формирование профессионального академического образования. В XX в. обновление пласта народного инструментального творчества затронуло область образования, которое полностью профессионализировалось и стало идентичным академическим исполнительским специальностям. Вместе с тем, в конце XX в. в Беларуси в рамках республиканской программы по сохранению ценностей традиционной культуры начинает разрабатываться концепция альтернативного обучения.

Идея этношколы отходит от традиционных ценностей народно-инструментальной культуры устной традиции. Н. П. Яконюк, сопоставляя функции инструментального фольклора и академического исполнительства на народных инструментах, выявляет ряд характерных отличий, которые