

**ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОВЕСТКА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ БИБЛИОТЕЧНЫХ СООБЩЕСТВ
В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»****INFORMATION AGENDA OF THE PROFESSIONAL LIBRARY COMMUNITIES IN THE SOCIAL
NETWORK «VKONTAKTE»**

Статья посвящена вопросам формирования информационной повестки, генерируемой библиотечными специалистами посредством создания новостного контента и его размещения в профессиональных сетевых сообществах в социальной сети «ВКонтакте».

Ключевые слова: социальная сеть «ВКонтакте», профессиональные сетевые сообщества, библиотечные профессиональные сообщества, новостной контент, информационная повестка.

The article is devoted to the issues of generation of information agenda formed by the library professionals through creating news content and its placement in the professional network communities in the social network «VKontakte».

Keywords: social network «VKontakte», professional network communities, library professional communities, news content, information agenda.

На сегодняшний день реализация сетевого взаимодействия не представляется возможной без использования социальных сетей как пространства общественных коммуникативных практик. На начало 2024 г., по данным We Are Social и Meltwater «более 66 % всех жителей планеты пользуются интернетом, а общее число интернет-пользователей составляет 5,35 млрд. В то же время количество зарегистрированных профилей пользователей социальных сетей превысило отметку в 5 млрд., что эквивалентно 62,3 % населения мира» [2]. Показатели аналитических данных мирового уровня демонстрируют положительную динамику роста количества интернет-пользователей в общем и социальных сетей в частности, что связано, на наш взгляд, с общемировой практикой вовлечения человека в цифровое пространство как активного потребителя, создаваемого отдельно взятыми пользователями, так и целыми профессиональными сообществами, развлекательного, образовательного, научного, новостного и другого вида контента. Важным фактом развития цифровых практик является предоставление населению свободного доступа к продуктам и услугам информационного характера, не имеющим аналогов в «традиционном» мире. В данном контексте социальные сети являются не только частью цифровой экосистемы общества, но и инструментом организации личностного информационного пространства каждого зарегистрированного в них пользователя. Последние, использующие технологические возможности социальных сетей для поиска и потребления уже сгенерированного контента, выступают в то же время и в роли создателей их новой версии. Переход от роли пассивного потребителя к создателю нооинформации (по Р. С. Мотульскому) происходит путем изучения пользователями ценностно-смысловой детерминанты сообщения (поста), его обсуждения (комментирования) с другими участниками, (пере)(до)работки и последующего распространения в своем сегменте социальных сетей. Таким образом, последние, с одной стороны, выступают как отдельные институционализированные пространства генерации информации, изолированные от других субъектов глобальной сети, с другой они органично встроены в общую систему мирового информационного пространства, обмениваются с ней данными, реагируют на ее изменения и являются источником трансформации. Этим и объясняется активность использования социальных сетей субъектами бизнеса, политики, культуры и других институций для генерации и распространения контента, отражающих их инициативы.

На постсоветском пространстве лидером в российском сегменте интернета по количеству зарегистрированных аккаунтов является социальная сеть «ВКонтакте». По результатам исследования, проведенного администраторами сети в первой половине 2024 г., выявлено, что «аудитория рассматривает соцсеть в качестве основного источника информации о брендах, контенте, авторах. 68 % опрошенных чаще всего находят интересные для себя материалы в ленте, 64 % – в сообществах. В среднем активный пользователь подписан на 121 сообщество. Чаще всего подписываются на тематические паблики по интересам, а также на региональные сообщества с новостями района, округа или города – 72 % и 54 % соответственно...» [1]. Приведенные данные свидетельствуют, что фокус внимания пользователей постепенно смещается с потребления контента развлекательного характера в сторону новостного, получаемого от сообществ, объединяющих людей по интересам или сфере своей профессиональной деятельности путем оформления членства в данных сообществах (получение статуса «подписчика») или подписки на новостную рассылку. Интерес для поль-

зователей любой социальной сети, в том числе и пользователей «ВКонтакте», представляют профессиональные сетевые сообщества, объединяющие специалистов – создателей уникального по содержанию и форме представления (текст, аудио-, видео-, инфографика и др.) новостного контента.

Профессиональные сетевые сообщества как правило, объединяют пользователей не по географическому принципу, а тематическому, ведомственному. Особая роль в их создании отводится личной инициативе модератора, отвечающего за генерацию контента, работу с реальными и потенциальными подписчиками, модераторами других профессиональных сообществ.

Условно все профессиональные сообщества в социальной сети «ВКонтакте» можно разделить на 4 группы:

- сообщество практиков – объединение специалистов для решения актуальных задач, определяющих сферу их деятельности;
- сообщество экспертов – объединение ученых, разрабатывающих теоретико–методологические основы профессиональной деятельности;
- сообщество аналитиков – объединение специалистов, изучающих динамику развития сферы своей деятельности с целью составления прогнозов будущего данной сферы;
- сообщество «цензоров» – объединение людей, которые изучают определенную сферу деятельности в рамках своей личностной заинтересованности, дают оценку работе ее представителей, оказывают влияние на общественное мнение по актуальным вопросам данной сферы.

Для всех вышеуказанных сообществ важным аспектом деятельности является создание новостного контента и его максимальное распространение среди подписчиков. Новостной контент, сгенерированный данными сообществами, является важным атрибутом регионального, национального и мирового профессионального цифрового пространства. Посты, создаваемые модераторами и отражающие актуальные новости, рассматриваются подписчиками как часть глобальной информационной повестки всего профессионального сообщества.

Отбор информации и ракурс ее представления и освещения новостного контента в постах обуславливает влияние информационной повестки на формирование профессионального мнения и поведения специалистов. Основная ее задача – объединить подписчиков вокруг рассматриваемого вопроса, вовлечь их в активное обсуждение, побудить к определенным действиям.

Библиотечное сообщество уже на протяжении последних двух десятилетий активно использует социальные сети в реализации своей коммуникационной политики. Если в начале своей работы в социальных сетях специалистами преследовались маркетинговые цели – позиционирование и продвижение своих продуктов и услуг, то сегодня меняется ракурс деятельности, и социальные сети рассматриваются как пространства для реализации корпоративных программ по объединению профессионального сообщества и распространению новостного контента.

Профессиональные сообщества могут быть универсальными (сообщество, посвященное деятельности отдельно взятой библиотеки или библиотекам системы и ведомства) или специализированными («Сообщество методистов библиотек», «Сообщество библиотечных краеведов», «Сообщество каталогизаторов» и т. д.) по тематике представления материала и целевой аудитории. Основные задачи, преследуемые данными сообществами, заключаются в следующем: распространение профессионально значимой информации; консультирование коллег в режиме «вопрос – ответ»; обсуждение вопросов и формирование профессионального мнения (позиции) по результатам совместной коммуникативной деятельности; предоставление доступа к информации аналитического характера; распространение новостного контента.

Для изучения информационной повестки, генерируемого библиотечными специалистами в социальной сети «ВКонтакте», были взяты сообщества, ориентированные на распространение новостного контента в области научно-методической деятельности («Современная библиотека: методический ракурс». URL: <https://vk.com/club194749859>; «Виртуальный методический кабинет». URL: <https://vk.com/metodnbrk>; «Методическая приемная Омской «Пушкинки»». URL: <https://vk.com/metodistomsklib>; «Методический штурвал». URL: <https://vk.com/metodicheskijshturnal>; «Библиокопилка». URL: <https://vk.com/public220423121>; «Библиошпаргалка». URL: https://vk.com/biblio_help; «Методист в библиотеке». URL: <https://vk.com/clubbiblmetodbelraion> и др.). Модераторами данных сообществ преимущественно являются сотрудники методических служб библиотек – координационных и методических центров своих систем и ведомств.

Контент-анализ постов позволил выявить тематику, которая преобладает в новостной ленте профессиональных сообществ:

1. Анонсы научных мероприятий – размещается краткая информация о самом мероприятии (выдержка из информационных писем), об организаторах, а также ссылка на первоисточник. В отдельных случаях дается подробная характеристика темы мероприятия, ее значимость для библиотечного сообщества.
2. Итоги проведения научных мероприятий – краткий отчет о проведенном мероприятии с размещением ссылок на фото-, видеоматериалы, сборник (при его наличии в открытом доступе) и иной материал. Иногда дается ссылка на новостные ресурсы, содержащие видеорепортажи, опубликованные сообщения в СМИ о данном мероприятии.

3. Анонсы проведения вебинара по теме сообщества или общим вопросам развития библиотечного дела – представлена краткая характеристика темы вебинара, персональные данные спикера и условия участия. Отдельные посты содержат, помимо указанной информации, ссылки на видеоархив проведенных спикером вебинаров. Многие посты содержат информацию об условиях получения сертификата участника.

4. Видеозапись вебинара с ссылкой на ресурс, где размещена данная видеозапись. В последнее время модераторы сообществ создают видеоархивы проведенных вебинаров, размещают информацию о них отдельными постами;

5. Сообщения, отражающие политику государственных органов власти в области библиотечного дела.

6. Перепост сообщений из других сообществ, освещающих деятельность общественных организаций, действующих в библиотечной сфере (например, работу комитетов, советов профессиональных ассоциаций, общественных некоммерческих объединений библиотекарей).

7. Сведения о презентации новых профессиональных изданий (материалов конференций, учебных пособий, монографий), а также статей из профессиональных периодических изданий по актуальным вопросам теории и практики библиотечного дела.

8. Видеозаписи интервью с экспертами библиотечного дела, специалистами смежных отраслей деятельности;

9. Результаты деятельности экспертных комиссий, советов, действующих при профессиональных объединениях библиотекарей;

10. Итоги методических исследований, реализованных как на уровне отдельно взятого региона, так и страны в целом.

11. Размещение материала (скан-копий статей, писем, видеозаписей) дискуссионного характера, содержание которого вызывает бурную полемику в профессиональном сообществе.

12. Публикация сообщений, отражающих конфликтные ситуации, имеющие место в деятельности библиотечных специалистов.

13. Другие посты, затрагивающие темы профессиональной этики, реализации корпоративной политики, политики взаимодействия с органами государственной власти, местными сообществами, партнерами.

Отдельно необходимо отметить новостной контент постов, посвященных юбилейным датам и скорбным событиям в жизни библиотечного сообщества.

Тематика каждого поста определяет свою проблематику информационной повестки и круг лиц, заинтересованных в ее освещении и распространении. И если для одних специалистов контент поста не представляет интерес, то для других это тема для дискуссий, начальная точка какой-то профессиональной активности. Содержательный компонент новостных постов представляет интерес и для создания представителями средств массовой информации (регионального и национального уровня) своих сообщений, касающихся тематики деятельности библиотек и их сотрудников.

Анализ актуальности информационной повестки и ее восприятие профессиональным сообществом можно исследовать через отклики аудитории (подписчиков) на содержательный компонент каждого поста. Это может быть осуществлено через подсчет количества просмотров, поставленных отметок (лайков), опубликованных комментариев, сделанных репостов. Данный анализ позволяет:

1. Выявить посты с наибольшим количеством просмотров (определение актуальных тем для подписчиков и гостей сообщества и дальнейшее развитие данной тематики через публикацию соответствующих тематических постов).

2. Определить заинтересованность пользователей посредством анализа реакций на публикацию (позволяет персонализировать пользователя, воспользовавшегося функцией «реакция», отслеживать его дальнейшие действия с новостным контентом сообщества).

3. Получить обратную связь от пользователей через комментарии к постам (позволяет выявлять мнения пользователей по темам постов, разрабатывать стратегию дальнейшей работы по освещению данной темы с учетом высказанных предложений и замечаний).

4. Отследить практики распространения пользователями новостного контента посредством репостов (позволяет модераторам сообщества выявлять географию распространения контента, практики его представления в других профессиональных сообществах).

Одной из перспективных форм изучения интереса профессионального сообщества к тематике представленных постов, соответственно, генерируемой информационной повестке является использование интеллектуальных информационных систем и сервисов аналитики для поиска упоминаний названий сообществ и их постов (URL-адресов) в библиографических списках научных текстов. Как показывает практика, материалы, представленные в постах сетевых профессиональных сообществ, находят свое отражение в научных трудах ученых и практиков, используются ими как фактологический материал, позволяющий обосновать актуальность тем своих исследований.

Таким образом, создание профессиональных сообществ в социальной сети «ВКонтакте» позволяет библиотечным специалистам, с одной стороны, использовать весь спектр технологических возможностей дан-

ной сети для создания и распространения актуального новостного контента в виде постов, с другой благодаря привлечению внимания профессионального сообщества к своему новостному контенту, формировать информационную повестку, вовлекать специалистов к ее обсуждению и дальнейшему принятию решений.

Список источников

1. Исследование трендов ВКонтакте: 73 % пользователей смотрят короткие ролики, 46 % публикуют истории ежедневно. 28.05.2024 // ВКонтакте : соц. сеть. URL: <https://vk.com/press/trends-2024> (дата обращения: 01.11.2024).

2. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год – цифры и тренды в мире и в России // WebCanape : [сайт]. URL: https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2024-v-mire-i-v-rossii/?utm_referrer=https%3a%2f%2fwww.google.com%2f (дата обращения: 01.11.2024).