

Канашевич Е. Д., студент 430м группы
Научный руководитель – Мотульский Р. С.,
доктор педагогических наук, профессор

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УНИВЕРСИТЕТСКИХ БИБЛИОТЕК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Проблема позиционирования деятельности университетских библиотек в социальных сетях на данный момент является достаточно актуальной. В современных условиях библиотеки учреждений высшего образования испытывают высокую конкуренцию в информационном пространстве с другими поставщиками информации. Несмотря на присутствие большого количества документов в университетских библиотеках, многие студенты для подготовки к занятиям предпочитают источники из сети Интернет, что негативно сказывается на качестве образования будущих специалистов.

А.В. Горбатов утверждает, что: «Развитие социальных сетей в настоящее время носит взрывной характер. Они все в большей степени оказывают влияние не только на повседневную жизнь, но и на политику, и на сам характер общения между людьми» [2, с. 183]. Однако, связь социальных сетей с библиотекой в настоящее время не налажена в должной мере. В журнале «Университетская книга» было обозначено, что знание людей о деятельности библиотеки и о важности ее места в социуме не особо велико. В таких условиях продвижение библиотеки в Сети может свестись к созданию «стенгазеты», которая останется «висеть» в Интернете. Это может привести к тому, что ее популярность будет низкая или же вовсе равна нулю [3, с. 40]. Исходя из этого, можно утверждать, что для успешной популяризации деятельности университетской библиотеки в социальных сетях необходимо, в первую очередь, сформировать мнение о важности библиотеки, как социального института в целом. Это может стать основой для грамотного и

успешного позиционирования работы университетской библиотеки. Социальные сети же тут могут выступить в качестве посредника.

Согласно И.П. Бургер, университетская библиотека – это «стратегический партнер различных структур вуза в его учебной деятельности, отвечающий за информационное обеспечение образовательного процесса» [1, с. 80]. На наш взгляд, исходя из данного определения, можно сделать вывод, что основным вектором работы библиотеки высшего учебного заведения является «информационное обеспечение образовательного процесса», которое определяется как «специально организованная система сбора, обработки, хранения и последующего использования строго определенного комплекса информации, перехода от одного способа выражения знаний к другому» [8]. Из этого следует, что работа по позиционированию университетской библиотеки в социальной сети должна проводиться с учетом ключевого для нее направления.

Е.В. Михайлова, проанализировав опыт работы как российских, так и зарубежных университетских библиотек, выявила наиболее эффективные формы продвижения библиотеки в социальных сетях:

- взаимодействие с университетскими клубами (проведение вечеров поэзии, выставок студенческого творчества, различных квестов);
- размещение справочных материалов о библиотеке (фильмов, «библиогидов», «библиобукварей»);
- публикация качественных фотографий (селфи, сделанных в библиотеке, репортажей о мероприятиях, иллюстраций из книг, организация фотоконкурсов, посвященных знанию библиотеки);
- реклама дополнительных сервисов (аренда оборудования, бронирование помещений для занятий или групповых мероприятий);
- создание и распространение сувенирной продукции с логотипом библиотеки [5, с. 115].

А.А. Тарасевич отмечает, что зачастую у библиотечных специалистов отсутствует специальная подготовка по данному направлению, что

сказывается на качестве их работы. Кроме того, сотрудник занимается социальными сетями в дополнение к своим основным должным обязанностям, из-за чего его деятельность утрачивает эффективность. По мнению автора, продвижением библиотеки в социальных сетях должен заниматься отдельный специалист, имеющий «профессиональные знания и навыки в сфере электронных коммуникаций, интернет-маркетинга для осуществления грамотных рекламных акций, таргетинга; в сфере журналистики и копирайтинга – для формирования качественного контента» [7, с. 132]. С учетом повсеместного распространения Интернета и популяризации социальных сетей, университетским библиотекам необходимо разработать положения, регламентирующие деятельность библиотек в социальных медиа.

Н.М. Свергунова считает, что данные нормативные документы должны отражать следующие аспекты:

- цели присутствия библиотеки в социальных сетях;
- характеристику контента и частоту его обновления;
- уровень квалификации специалистов, занимающихся социальными медиа;
- источники и объемы доплат сотрудникам за работу в социальных сетях,
- критерии оценки эффективности.

Также автор поднимает вопросы нормирования рабочего времени сотрудников, задействованных в этой деятельности [6, с. 56].

А.В. Костицина приводит основные принципы работы в социальных сетях, которые отражают одни из рассмотренных выше аспектов (характеристика контента, частота его обновления и пр.):

- посты в группе необходимо публиковать ежедневно, в одно и то же время;

– контент не должен состоять из сплошного текста, необходимо сопровождать его фотографиями, аудио- и видеоматериалами, различными документами;

– материал в группе должен в первую очередь быть уникальным, не следует заимствовать записи из других групп [4, с. 49].

Таким образом, разработка документов, регламентирующих деятельность университетских библиотек в социальных медиа, является важным и актуальным направлением их развития. Выбор методов работы университетских библиотек в социальных сетях должен основываться на специфике деятельности определенного университета. Это поможет не только эффективно позиционировать деятельность библиотеки в социальных медиа, но также повысит ее значимость как социального института в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бургер, И.П. Университетская библиотека: новые задачи – новый облик [Электронный ресурс] / И.П. Бургер // Высшее образование сегодня. – 2007. – №12. – С. 79-81. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=13795031>. – Дата доступа: 18.03.2021.

2. Горбатов, А.В. Социальные сети [Электронный ресурс] / А.В. Горбатов // Труды Института государства и права Российской академии наук. – 2011. – Вып. 6. – С. 182-193. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-3/viewer>. – Дата доступа: 16.03.2021.

3. Дулина, Н.В. Социальные сети в организации работы университетской библиотеки (по материалам фокус-групп) [Электронный ресурс] / Н.В. Дулина [и др.] // Известия Волгоградского государственного технического университета. – 2014. – № 14. – С. 39-41. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=22262888>. – Дата доступа: 16.03.2021.

4. Костицина, А.В. Библиотека вуза в социальной сети «ВКонтакте»: опыт работы администратора группы [Электронный ресурс] / А.В. Костицина

// Научные и технические библиотеки. – 2019. – № 6. – С. 41-50. – Режим доступа: <https://dlib.eastview.com/browse/doc/53735637>. – Дата доступа: 17.03.2021.

5. Михайлова, Е.В. Университетская библиотека в медиапространстве: позиционирование и продвижение [Электронный ресурс] / Е.В. Михайлова // Библиотеки вузов Урала: проблемы и опыт работы. – 2015. – Вып. 14. – С. 114-119. – Режим доступа: <https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/47575/1/bvu14-2015-25.pdf>. – Дата доступа: 16.03.2021.

6. Свергунова, Н.М. Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде [Электронный ресурс] / Н.М. Свергунова // Научные и технические библиотеки. – 2016. – № 5. – С. 52-58. – Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25997837>. – Дата доступа: 18.03.2021.

7. Тарасевич, А.А. Продвижение библиотек в социальных сетях [Электронный ресурс] / А.А. Тарасевич // Библиотека в XXI веке: аспекты развития: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых и специалистов, 30-31 октября 2014 г., Минск. – Минск, 2015. – С. 130-133. – Режим доступа: <http://library.basnet.by/bitstream/csl/414/1/Тарасевич.%20Продвижение%20библиотек%20в%20социальных%20сетях.pdf>. – Дата доступа: 17.03.2021.

8. Чернышов, К.А. Информационное обеспечение образовательного процесса высшей школы: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / К.А. Чернышов; [Место защиты: Таганрогский гос. пед. институт]. – Таганрог, 2000. – 172 с.

Канц А. С., студент 212 группы

Научный руководитель – Житкевич Е. Н.

преподаватель

**ПРОБЛЕМЫ ПОЛОВОГО ВОСПИТАНИЯ
ПОДРОСТКОВ: СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ**