

32. Тестові доступи // Наукова бібліотека Маріупольського державного університету : офіційний web-сайт. – Режим доступу: [http://libr-margu.narod.ru/index/testovi\\_dostupy/0-2](http://libr-margu.narod.ru/index/testovi_dostupy/0-2).
33. Favicon.ru : сервіс для створення й редагування фавіконок, іконок сайту. – Режим доступу: <http://favicon.ru/>.
34. FlagCounter : [англомовний сервіс, який генерує html-код лічильника відвідувачів сайту, відображаючи їх країни на мапі світу]. – Режим доступу: <http://s06.flagcounter.com/index.html>.
35. ISO 9126. Software Quality Characteristics = Программное обеспечение. Характеристики качества, 1999 : [на англ. яз.]. – Режим доступа к док.: <http://www.sqa.net/iso9126.html>.
36. ISO 9241. Эргономические требования к офисной работе с визуальными дисплейными терминалами (VDTs). – Часть 11 : Руководство по юзабилити, 1998. – Режим доступа к док.: <http://it-gost.ru/content/view/18/44/>.
37. WordItOut : [англомовний сервіс оформлення хмаринки тегів, що сприймає і україномовний текст]. – Режим доступу: <http://worditout.com/word-cloud/make-a-new-one>.

УДК 021.7:004.738.5

*Н. Г. Силенко, бібліотекар І категорії  
абонементної учебної літератури*

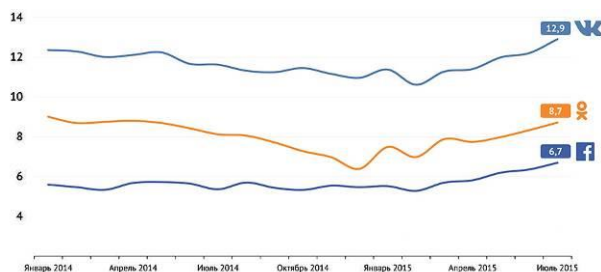
## **Социальная сеть «ВКонтакте» как платформа для продвижения деятельности библиотек**

*В статье рассматривается социальная сеть «ВКонтакте» как одна из популярных платформ для внедрения инновационных форм работы современной библиотеки.*

**Ключевые слова:** социальная сеть, «ВКонтакте», библиотеки, продвижение библиотечной деятельности, инновационные формы работы

Преобразование информационных потоков в обществе и распространение коммуникативного пространства в социальных сетях способствуют расширению платформ деятельности современных библиотек. Появление и популяризация социальных сетей изменили динамику коммуникаций: они обеспечили оперативность двусторонней связи. Новые технологии открывают перед библиотекам большие возможности для налаживания отношений с читателями.

Социальная сеть «ВКонтакте» – крупнейшая в Европе – является первой по популярности в Украине. Согласно данным, основанным на результатах исследования Opinion Software Media от Factum Group, по украинскому сегменту пользователей «ВКонтакте» насчитывается около 13 млн. человек. Если рассматривать активность, то за ноябрь 2014 года за сутки в сеть зашло 12,1 млн. пользователей из Украины, а уже в июле 2015 года среднесуточное количество пользователей «ВКонтакте» в Украине составило 12,9 млн. пользователей (рис. 1).



Источник: Factum Group, июль 2015, Украина (0+, без учёта АР Крым, 15+ лет), МАЦ, только десктопы, млн человек.

**Рис. 1. Аудитория социальных сетей (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook)**

В настоящее время ошибочно считать, что *целевая аудитория* «ВКонтакте» подходит, в основном, для детских и юношеских библиотек. Если верить анализу данных Factum Group, гендерно-возрастное распределение существенно меняется. Украинская аудитория «ВКонтакте» взрослеет, доля 12-летних подростков почти полностью размылась, им на смену пришли люди, которым за сорок. Самые большие возрастные категории – 25-34 года и 45-46 лет.

Информация, публикуемая пользователями в социальных сетях, в краткие сроки вышла за рамки личной. В настоящее время любое, значимое для социума событие, комментируется и оценивается в социальных сетях [1].

Модель, учитывающая возможности социальной сети «ВКонтакте», основана на принципе «обратной связи», что позволяет регулярно оперативно получать информацию от пользователя. Дистанционный характер общения и возможность анонимного общения, удовлетворяющие базовую потребность в безопасности, а так же возможность общаться со многими людьми одновременно, физически находясь у себя дома, произвольно устанавливая режим общения, при необходимости прерывать общение, – все это делает общение более комфортным [2].

Для библиотек социальная сеть «ВКонтакте» является экономичным и при этом эффективным способом информирования общественности о своей деятельности, изучения мнений о библиотечных услугах, формирования положительного имиджа, налаживания эффективных коммуникаций с реальными или потенциальными читателями [4].

Библиотекам в «ВКонтакте» доступен характерный для многих социальных сетей *набор возможностей*: создание профиля с информацией о себе, производство и распространение контента, гибкое управление настройками доступа, взаимодействие с другими пользователями приватно (через личные сообщения) и публично (с помощью

записей на «стене», через механизм групп и встреч).

При разработке **концепции страницы** многие библиотеки, как правило, опираются на собственное представление о том, что может быть интересно читателю. Основная задача – создать ощущение постоянного движения, обновления, событийности. Информационные поводы для публикаций и встреч могут быть самые разные: новинки литературы, встреча с интересными людьми, обучающие семинары и др. [4].

Помимо сервисов, характерных для других аналогичных сайтов, социальная сеть «ВКонтакте» предоставляет ряд **уникальных возможностей**, выделяющих её среди конкурентов. К примеру:

- сервис «**Микроблог**» (рис. 2). Это лента записей группы, расположенных в обратном хронологическом порядке. К записям можно прикрепить фотографии, аудио- или видеофайлы, документы, заметки, опрос или граффити. Для библиотек это возможность информирования читателей об оказываемых услугах, акциях, конкурсах, новых книжных поступлениях в библиотеку, о проведении массовых мероприятий, о тематических и других выставках;

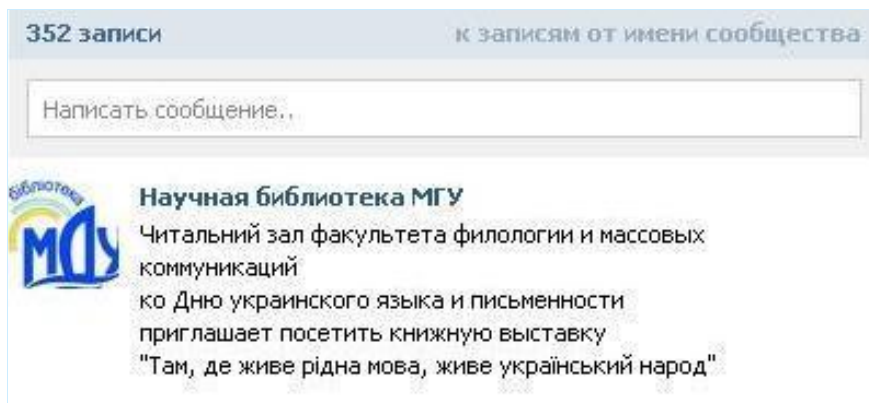


Рис. 2. Сервис «Микроблог»

- сервис «**Новости**» (рис. 3). Это лента сообщений группы. Подписанным читателям лента доступна на вкладке «Мои новости» в меню слева. Прямо в ленте можно писать комментарии и прикреплять к ним медиафайлы и документы. Отдельно могут быть показаны фотографии;



Рис. 3. Сервис «**Новости**»

- кнопка «**Мне нравится**» (рис. 4). Эта кнопка позволяет добав-лять отмеченные сообщения, документы, фото-, аудио-, видеофайлы в закладки, делиться ими с друзьями;

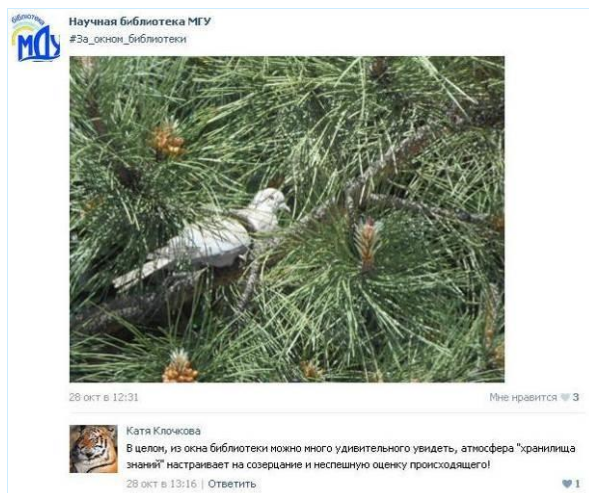


Рис. 4. Кнопка «**Мне нравится**»

- сервис «**Фотографии**» (рис. 5). Фотографии можно разобрать по альбомам. Снимки можно редактировать, отмечать на них людей, отправлять друзьям. Максимальное количество фотографий в альбоме – 10 000. Здесь также имеется встроенный фоторедактор с автоматической коррекцией, пятнадцатью фильтрами, кадрированием, настройкой параметров фотографий (таких, как изменение уровня экспозиции, контраста и насыщенности фото), также есть возможность накладывать на фото текст, поворачивать фото и др. Этот сервис дает возможность библиотеке собирать фотографии для фотоотчетов, структурировать фотографии библиотечной тематики;

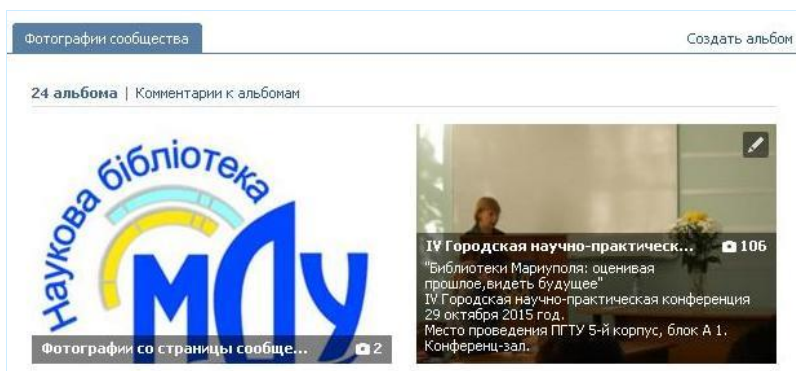


Рис. 5. Сервис «**Фотографии**»

- сервис «**Аудио**». «ВКонтакте» предоставляет своим пользователям возможность загружать аудиофайлы размером до 200 Мб в формате *mp3*. Аудио-, как и видеофайлы «ВК», имеют систему «цифровых отпечатков», которая позволяет правообладателям пресечь загрузку нелегального содержания в социальную сеть. Сервис «Аудио» может заинтересовать библиотеку в качестве собрания аудиокниг, аудиозаписей;
- сервис «**Видео**». Это сервис хранения и просмотра видео.

Есть возможность загружать файлы размером до 2 Гб в таких форматах: *avi, mp4, 3gp, mpeg, mov, mp3, flv*. Здесь можно хранить видеозаписи проведенных массовых мероприятий, встреч, роликов о библиотеке, буктрекеров; - сервис «Документы» (рис. 6). Этот сервис дает возможность бесплатного хранения документов различных форматов (*doc, docx, xls* и др.). Здесь могут быть размещены правила пользования библиотекой, списки должников, положения о проведении мероприятий и т.д.



Рис. 6. Сервис «Документы»

Таким образом, динамика распространения данной социальной сети «ВКонтакте» указывает на реальную перспективу охвата этим средством в недалеком будущем всего украинского общества, а рост её популярности среди населения открывает перед библиотеками большие перспективы по внедрению инновационных форм работы и расширению платформ их деятельности.

#### Список использованной литературы

1. Библиотеки в соцмедиа: куда двигаться дальше? // Университетская книга. – 2013. – № 7/8. – С. 56–57.
2. Кутюгин Д. И. Интернет как коммуникативное пространство информационного общества : автореф. дис. ... канд. соц. наук: спец. 22.00.04 / Д. И. Кутюгин ; МГУ им. М. В. Ломоносова. – М., 2009. – 22 с.

3. Синковская Е. В. Вузовская библиотека в «виртуальной» жизни студента [Электронный ресурс] / Е. В. Синковская // Крым-2014: Библиотеки и информационные ресурсы в современном мире науки, культуры, образования и бизнеса : мат. XXI Междунар. конф., г. Судак, 7–15 июня 2014 г. – Режим доступа к статье: <http://www.gpntb.ru/win/inter-events/crimea2014/disk/058.pdf>.
4. Усатый С. В. Социальные сети и блогосфера как инструменты для продвижения книжной продукции / С. В. Усатый // Университетская книга. – 2011. – № 9. – С. 23–25.
5. Фёдоров А. О. Продвижение библиотек в социальных сетях / А. О. Федоров // Университетская книга. – 2012. – № 2. – С. 56–59.
6. Хвостова С. Ю. Библиотеки в социальных сетях: зачем мы сюда пришли и что продвигаем? / С. Ю. Хвостова // Медиатека и мир. – 2013. – № 1. – С. 13–16.



ББК 91  
УДК 012

Відповідальний за випуск: директор наукової бібліотеки Маріупольського державного університету Шакула А. П.

Комп'ютерна верстка: Дейниченко О. В.

*Рекомендовано до друку  
науково-методичною радою наукової бібліотеки  
Маріупольського державного університету  
(протокол № від . .2016 р.).*

НЗ4                    Науково-дослідна діяльність наукової бібліотеки Маріупольського державного університету : матеріали IV науково-методичного семінару. 25 лютого 2016 р. / ред. А. П. Шакула. – Маріуполь : МДУ, 2016. – 149 с.

У виданні представлено матеріали і статті співробітників наукової бібліотеки Маріупольського державного університету з науково-дослідної роботи за 2015 р.

Видання може стати в нагоді як співробітникам бібліотек, так і всім, кого цікавить діяльність вузівської бібліотеки.

**ББК 91**  
**УДК 012**