

Продвижение библиотеки в интернет-пространстве (из опыта работы научной библиотеки НГУЭУ)

Баруткина Евгения Викторовна

контент-менеджер научной библиотеки Новосибирского государственного университета экономики и управления

В последнее время библиотеки, используя различные формы работы, значительно расширили диапазон своей деятельности. Большое внимание уделяется поиску новых подходов, позволяющих объединить традиционные и виртуальные способы коммуникации. Интернет-пространство делает необходимым присутствие библиотек в глобальной сети посредством сайтов, блогов, социальных сетей. Несмотря на важность количественных характеристик, особое значение необходимо придавать качественной стороне публикуемого контента. Для поддержания интереса к своему аккаунту библиотеки должны публиковать интересную, познавательную, уникальную информацию.

Для продвижения библиотеки в виртуальной среде важно делиться разнообразным контентом, используя всевозможные сервисы. В нашей библиотеке используется несколько каналов для продвижения: страница на сайте вуза, группа ВК и профиль в Instagram.

Продвижение через сайт вуза

Одним из важнейших направлений работы является оптимизация и продвижение страницы библиотеки на сайте нашего вуза. Она выступает инструментом для продвижения библиотечных услуг, мероприятий, электронных ресурсов, а также для размещения наших новостей с целью популяризации научной библиотеки в вузе. Основное внимание уделяется наполнению, стабильному функционированию, комфортной навигации, доступности для каждого пользователя.

Для эффективного продвижения страницы библиотеки на сайте вуза в интернет-пространстве мы усовершенствовали контент. С марта 2017 года в университете началась реализация проекта по совершенствованию сайта, и библиотека стала активным участником этого процесса. В течение нескольких месяцев разрабатывалась концепция дизайна, утверждалась содержательная часть контента и разбивка материала на отдельные разделы.

При разработке страницы мы руководствовались следующими принципами:

- актуальность информации;
- оперативность информации;
- полнота информации;
- достоверность информации;
- адресность информации;
- удобство системы навигации.

В результате проделанной работы были решены следующие задачи:

• графическое оформление главной страницы стало более привлекательным;

- кардинально изменилась структура сайта;
- усовершенствовалась система навигации;

• появились новые разделы: «Виртуальная справочная служба», «Рекомендательные списки литературы по образовательным программам», «Вакансии».

В результате проделанной работы значительно выросло количество обращений к нашей странице. Нами были проанализированы статистические данные за последние три года:

В течение 2016 года (до проведенных изменений) наши пользователи совершили 52 698 просмотров, в 2017 году (во время реализации проекта) – 78 568 просмотров, в 2018 году (после завершения проекта) – 93 951 просмотр. Разница между 2018 и 2017 годом составила 15 383 просмотра, а по сравнению с 2016 годом – 41 253 просмотра (рис. 1).



Рис. 1. Сравнительный график просмотров сайта

Из сравнительного анализа видим, что количество просмотров каждый год значительно увеличивается. За три года оно выросло почти в два раза.

Важно отметить, что проведенные изменения неокончательны. Библиотека не останавливается в своем развитии и продвижении, однако уже недостаточно иметь только сайт. Необходимы иные способы и методы продвижения библиотеки. Среди них особого внимания заслуживают сообщества библиотек в социальных сетях.

Продвижение через социальные сети

Социальные сети – это один из инструментов развития библиотечных коммуникаций и формирования мнения у самой активной части целевой аудитории.

«ВКонтакте»

Так как у нас уже имеется страница на сайте вуза, которая является нашей основной интернет-площадкой с полной информацией о деятельности библиотеки, мы решили создать группу во «ВКонтакте» как дополнение к сайту, чтобы быть более ориентированными на молодых читателей.

На сегодняшний день в нашей группе состоят 550 подписчиков.

Во «ВКонтакте» особое внимание уделяется визуальной составляющей, как и в других социальных сетях. В продвижении группы нет никаких особых сложностей – достаточно публиковать уникальный интересный контент и использовать стандартные способы привлечения подписчиков: актуальные новости, анонсы мероприятий, интересные опросы и статьи. Также очень важно по максимуму заполнить информацию в группе о деятельности библиотеки: адрес, режим работы, ссылка на ваш сайт и другие интернет-площадки, контакты, к кому можно обратиться для оперативного ответа.

Во «ВКонтакте», в свою очередь, появилось много дополнительных функций и приложений для активного продвижения группы, часть которых вы можете увидеть на следующем слайде (рис. 2).

После создания группы «ВКонтакте» у нас появились такие преимущества, как дополнительная площадка для рекламы; мы заявили о себе большой аудитории пользователей, так как группа «ВКонтакте»

является одной из самых популярных социальных сетей в России. Именно в ней обратная связь приобрела более эффективную и удобную форму, представленную в виде комментариев к записям на стене сообщества или в рубрике «Обсуждения». Комментирование любой новости, размещенной на стене группы, позволяет нам моментально получать живой отклик пользователей на опубликованную информацию. Таким образом, пользователи могут задавать вопросы, оставлять свое мнение и отзывы, давать оценку как информационному контенту, представленному библиотекой, так и работе библиотеки в целом. С помощью группы «ВКонтакте» информация о нашей библиотеке стала доступна в других городах и странах.



Рис. 2. Количество посещений группы «НБ НГУЭУ» в социальной сети «ВКонтакте» за три года

Чтобы наглядно увидеть продвижение нашей библиотеки во «ВКонтакте», мы проанализировали статистические данные за последние три года (рис. 3).

Из сравнительного анализа видим, что количество посещений группы за три года выросло в два раза, а количество подписчиков с каждым годом увеличивается.

Instagram

Что касается нашей страницы в Instagram, то она была создана месяц назад, поэтому продвижение этой страницы у нас в самых бли-

жайших планах, но мы уже видим активную заинтересованность в ней. На сегодняшний день у нас 80 подписчиков.

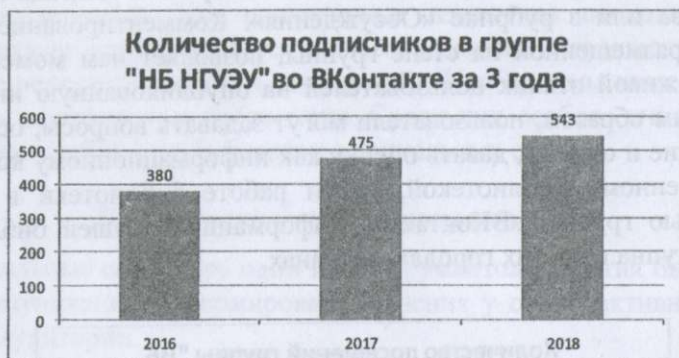


Рис. 3. Количество подписчиков в группе «НБ НГУЭУ» в социальной сети «ВКонтакте» за три года

Основная особенность этой социальной сети – упор на визуальную составляющую, т. е. на фотографии. Тексту в ней уделяется немного внимания, поэтому без качественных снимков или хотя бы ярких картинок из Интернета продвижение будет затруднительно.

Независимо от того, что вы начнете использовать в продвижении библиотеки – социальные сети или библиотечный сайт, важно начать диалог и обмен информацией между пользователем и библиотекой.

Наличие у библиотеки официального веб-сайта и представительства в социальной сети позволяет создать полноценный образ современного социокультурного учреждения, способного активно функционировать в цифровой пользовательской среде.

ления на многие современные и востребованные специальности (юриспруденция, международные отношения, управление персоналом, менеджмент, туризм, лингвистика, философия и т. д.). Ко всему сказанному стоит добавить, что в 2017 году министр образования и науки Васильева О.Ю. сообщила, что с 2020 года ЕГЭ по истории может стать обязательным для всех школьников. Следовательно, охват аудитории, ориентированной на мероприятия по данной направленности, крайне широк. Значит, мы имеем возможность пополнить ряды наших пользователей молодыми, думающими читателями, желающими не только получать информацию, но и анализировать ее.

Современная библиотека включена в современное культурно-образовательное пространство России, она активно сотрудничает со школами, высшими учебными заведениями, музеями, эстетическими центрами и центрами национальных культур, что позволяет ей выполнять свою главную цель, заключающуюся в оптимальном информационном обеспечении жизнедеятельности общества в целом и каждого читателя в отдельности.

Одна из главных задач просветительской деятельности библиотеки - обеспечить преемственность от школьных знаний к вузовским, а затем к самообразованию¹. Наш проект полностью соответствует данной задаче и направлен на создание образовательного пространства, активно способствующего переходу от учебной к исследовательской деятельности, на одном из самых важных (с точки зрения формирования личностных компетенций) этапов жизни человека.

Список литературы

1. **Бехтенова Е. Ф.** Проектная деятельность школьников на уроках региональной истории / Е.Ф. Бехтенова, К.Е. Зверева, О.М. Хлытина. - Новосибирск : Новосиб. гос. пед. ун-т, 2004. - 52 с.

2. Источниковедение : учебное пособие / И.Н. Данилевский [и др.] ; под ред. М.Ф. Румянцевой. - Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 685 с.

3. **Коряковцева Н.А.** Библиотеки и образование : учебно-метод. пособие / Н.А. Коряковцева. - Москва : Либерей-Бибинформ, 2009. - 127 с.

¹ Лысикова Н.П. Современная библиотека и образование: социокультурный аспект: научно-практическое пособие. - М., 2009. - С. 4-13.