

Радостева Анастасия Сергеевна,

заведующая сектором внешних коммуникаций,

ГБУЗ «Кузбасская научная медицинская библиотека»,

г. Кемерово, Кемеровская область-Кузбасс, Россия

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БИБЛИОТЕКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ОПЫТ КУЗБАССКОЙ НАУЧНОЙ МЕДИЦИНСКОЙ БИБЛИОТЕКИ

В статье освещается опыт работы Кузбасской научной медицинской библиотеки в социальных сетях Instagram и ВКонтакте во время распространения новой коронавирусной инфекции Covid-19. Особое внимание уделяется видам и формам размещаемой информации. Рассказано о проводимых виртуальных проектах в рамках празднования Года памяти и славы и 75-летию Победы в Великой Отечественной войне. Также определены планы и перспективы развития в социальных сетях.

Ключевые слова: медицинские библиотеки, продвижение продуктов и услуг, социальные сети, Covid-19.

Anastasia S. Radosteva,

Head of the External Communications Sector,

Kuzbass Scientific Medical Library,

Kemerovo, Kemerovo region-Kuzbass, Russia

POSITIONING THE LIBRARY ON SOCIAL MEDIA: EXPERIENCE OF THE KUZBASS SCIENTIFIC MEDICAL LIBRARY

The article highlights the experience of the Kuzbass Scientific Medical Library on Instagram and VKontakte social networks during the spread of the new coronavirus infection Covid-19. Particular attention is paid to the types and forms of information posted. It is told about the ongoing virtual projects in the framework of the celebration of the Year of Memory and Glory and the 75th anniversary of Victory in the Great Patriotic War. Also, plans and prospects for development in social networks have been identified.

Keywords: medical libraries, promotion of products and services, social media, Covid-19.

Сегодня социальные сети являются самыми посещаемыми платформами в глобальной сети. Не удивительно, что различные учреждения стремятся иметь своё представительство именно там. Библиотеки – не исключение.

Социальные сети открывают перед библиотекарями безграничный простор для общения с читателями и продвижения библиотечных услуг. Во многих учреждениях стало уже повседневной практикой размещение в социальных сетях информации о проводимых мероприятиях, конкурсах, книжных выставках, распространение библиотечно-библиографической информации, проведение опросов, публикация фотоотчётов о проведённых мероприятиях.

Преимуществом социальных сетей перед официальными сайтами библиотек является возможность прямого и неформального общения с аудиторией. Пользователи могут оставлять комментарии, ставить «лайки» и делать репосты на свои страницы без предварительной регистрации. Страница в социальной сети позволяет сформировать целевую аудиторию по конкретным интересам [3, с. 1].

В начале 2020 года жизнь всего мира изменил новый коронавирус Covid-19. Из-за высокой скорости его распространения власти страны ввели ограничительные меры. Первыми свою активную деятельность прекратили учреждения, работа которых связана с массовым посещением граждан [1]. Введение мер самоизоляции поменяло привычный ритм жизни и график работы многих организаций. Учреждения культуры стали экстренно и активно осваивать формат работы «на удалёнке». Самый удобный канал связи с пользователями – это социальные сети. Именно в них и активизировала свою работу Кузбасская научная медицинская библиотека (КНМБ) [2].

Отметим, что большого опыта работы в социальных сетях не было: страницы КНМБ в Instagram и ВКонтакте (рис. 1) были созданы в середине 2019 года. Библиотека является главной отраслевой библиотекой Кемеровской области, основной целью работы которой является библиотечное обслуживание научных и практических работников здравоохранения, студентов медицинских учреждений здравоохранения Кузбасса. Соответственно, основная целевая аудитория социальных сетей состоит из студентов, молодых специалистов,

практических специалистов (старшего и среднего медперсонала), организаторов здравоохранения.

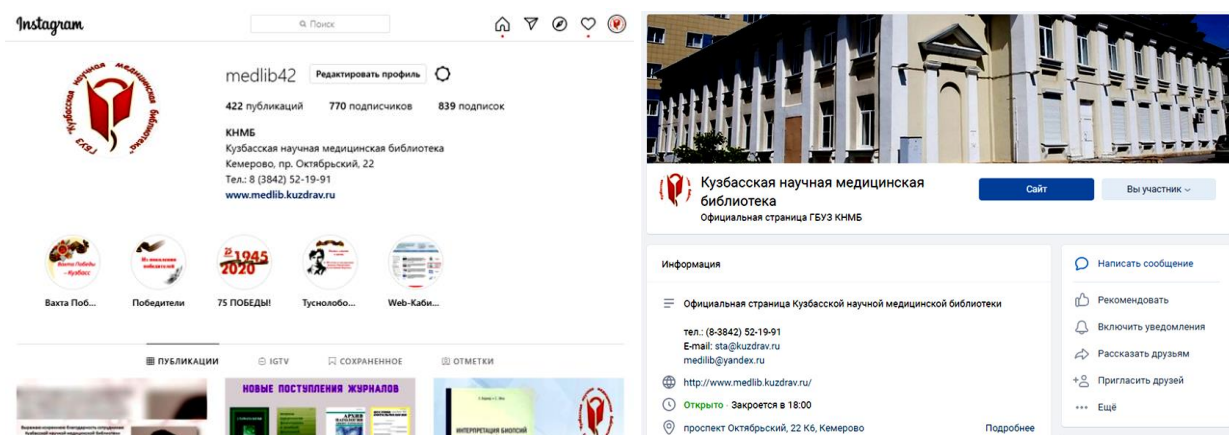


Рисунок 1 – Официальные страницы КНМБ в Instagram и Вконтакте

КНМБ в социальных сетях выполняет несколько задач: информирование, привлечение внимания, мотивация на действие.

Таблица 1 – Библиотека в виртуальном пространстве в 2020 году

Название соц. сети, адрес	Дата создания аккаунта	Периодичность размещения информации	Количество друзей / подписчиков, посещений	Вид контента
ВКонтакте Страница: https://vk.com/id547852393	06.06. 2019	7 раз в неделю	2025 / 2239	- Реклама библиотечных ресурсов и услуг. - Заметки о мероприятиях библиотеки.
ВКонтакте Группа: https://vk.com/medlib42	06.06. 2019	4-5 раз в неделю	490 / 1386	- Оповещение о новых поступлениях. - Знаменательные даты в медицине Кузбасса. - Всемирные Дни в сфере здравоохранения. - Виртуальные выставки.
Instagram: https://www.instagram.com/medlib42/				- Информационные материалы в рамках виртуальных проектов: «Панацея для фронта», «Парад военных книг», «Вахта памяти», «Знаменательные и памятные даты в медицине». - Заметки о мероприятиях библиотеки. - Оповещение о новых поступлениях. - Виртуальные выставки.

В 2020 году виды и формы контента Instagram и Вконтакте были разнообразными, при этом все посты подготовлены самостоятельно. Кроме виртуальных выставок публиковались заметки, сопровождающиеся коллажами, видеорядом, опросами. Регулярно выставлялись рекламные материалы об услугах и ресурсах КНМБ (рис. 2–4).



Рисунок 2 – Примеры постов с оповещением о новых поступлениях в Instagram и ВКонтакте

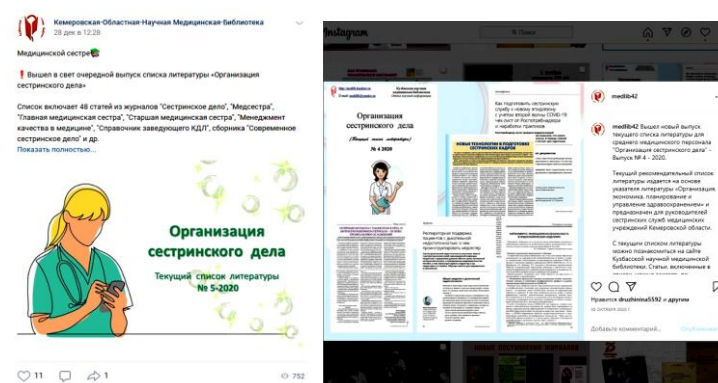


Рисунок 3 – Примеры постов о новых изданиях библиографической информации в Instagram и Вконтакте



Рисунок 4 – Реклама услуг КНМБ в ВКонтакте

Году памяти и славы и 75-летию Победы в Великой Отечественной войне были посвящены три виртуальных проекта: «Из поколения победителей» (рис. 5), «Парад военных книг. Книги, изданные в военные годы» (рис. 6), «Панацея для фронта» (рис. 7). Цель проектов – мемориально-патриотическая.

«Из поколения победителей» – проект, призванный рассказать молодому поколению о медиках Кузбасса – участниках Великой Отечественной войны, сохранить память о них, показать, что успехи медицины во время войны по своему значению и объёму равны выигрышу стратегических сражений.

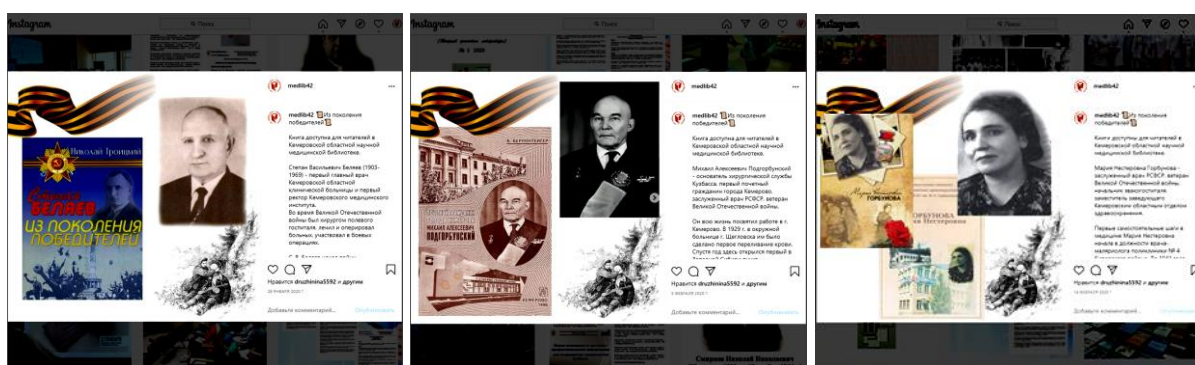


Рисунок 5 – Примеры постов «Из поколения победителей» в Instagram

Проект «Парад военных книг» запущен 18 июня, в преддверии Дня памяти и скорби. Проект знакомит пользователей аккаунтов в Instagram и ВКонтакте с книгами по медицине, изданных в годы войны.



Рисунок 6 – Примеры постов «Парад военных книг» в Instagram

Публикации проекта «Панацея для фронта» раскрывают содержание наиболее интересных статей журнала «Госпитальное дело», «Медицинская сестра», «Фельдшер и акушерка» 1941-1945 гг. Издания, представленные в этих

проектах, – библиографическая редкость, они представляют большую историческую ценность и бережно хранятся в фонде КНМБ.

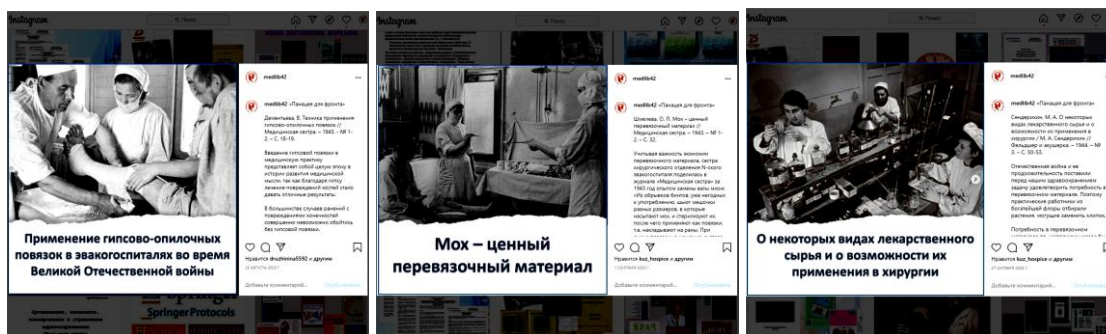


Рисунок 7 – Примеры постов «Панацея для фронта» в Instagram

Работники отдела обслуживания приняли участие в региональной акции «Вахта Победы – Кузбасс», рассказав на страницах социальных сетей о своих родственниках – участниках Великой Отечественной войны.

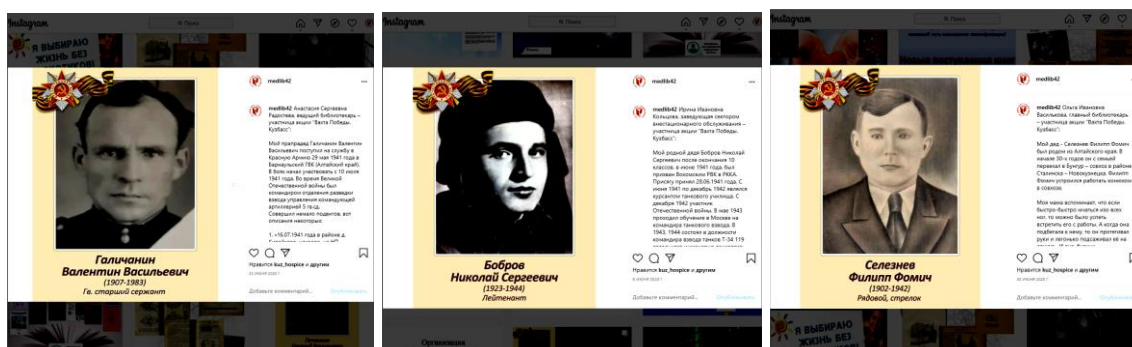


Рисунок 8 – Примеры постов региональной акции «Вахта Победы – Кузбасс» в Instagram

В рамках виртуального проекта «Знаменательные и памятные даты в медицине» (продолжающаяся виртуальная выставка) за 2020 год было размещено 25 публикаций в Instagram и ВКонтакте: пользователи смогли познакомиться с 147-ю книгами по теме знаменательной даты.

Всего сотрудниками отдела обслуживания подготовлено и опубликовано в ВКонтакте 5 виртуальных выставок:

- «Знаменательные даты в медицине» (продолжающаяся – 25 публикаций) – 3742 просмотра;

- «Ультразвуковая диагностика: новые книги по вопросам УЗИ, поступившие в КНМБ в 2020 году» – 562 просмотра;
- «COVID-19: этиология, патогенез, диагностика и лечение» – 486 просмотров;
- «Галерея новинок: книги, поступившие в КНМБ в ноябре 2020 года» – 418 просмотров;
- «Медики в годы ВОВ» – 683 просмотра.

Общее количество просмотров выставок – 5891, лайков – 191, репостов –

13.



Рисунок 9 – Примеры постов региональной акции «Знаменательные и памятные даты в медицине» в Instagram

Наибольшее количество просмотров набрали материалы о личностях: заметка к 100-летию юбилею З. М. Тусноловой-Марченко (более 1000 просмотров), заметка к 130-летию А. Н. Бакулева (более 1200 просмотров).

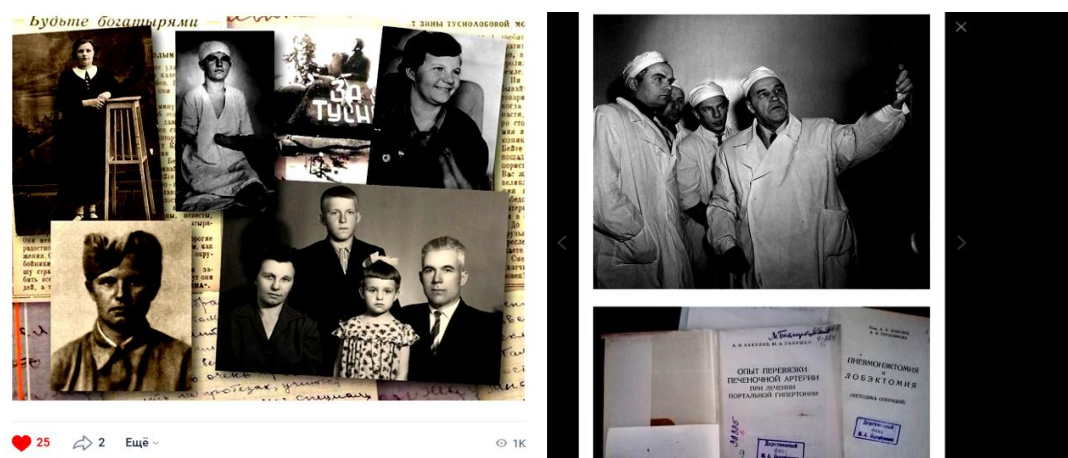


Рисунок 10 – Примеры постов с материалами о личностях Вконтакте

Всего ВКонтакте за 2020 год отделом обслуживания опубликовано 65 постов, добавлено 1195 друзей, общее количество просмотров – 27007. Средняя посещаемость страницы и группы – 9,9 человек в день.

Временной опыт работы нашей библиотеки в социальных сетях достаточно скромный, но он позволяет сделать некоторые позитивные выводы. Только за период с начала пандемии до конца 2020 года количество пользователей страницы КНМБ ВКонтакте выросло в 3,5 раза. Виртуальные пользователи чаще стали пользоваться нашими удалёнными информационными ресурсами, рекламу которых они увидели на страницах соцсетей, увеличилось число переходов на официальный сайт. Выросло количество выполненных виртуальных справок всех видов – тематических, адресных, уточняющих, фактографических. В планах на 2021 год – реализация виртуальных проектов «Медицинская наука Кузбасса: взгляд сквозь десятилетия», «Сибирь переселенческая», посвящённых 300-летию Кузбасса, увеличение количества виртуальных выставок, постов с опросами. Чтобы получить уникальный и интересный контент, который заинтересует работников здравоохранения и студентов-медиков Кузбасса, разнообразим страницу гостевыми постами, которые будут написаны специально для нашего аккаунта экспертом в определённом вопросе.

Описанный опыт Кузбасской научной медицинской библиотеки в социальных сетях позволяет определить основные аспекты данной работы:

- взаимодействие с пользователями укрепляет связь читателя и библиотеки, способствует популяризации библиотечного фонда;
- сообщества в социальных сетях – это инструменты, позволяющие выявить потребности аудитории и контактировать с ней посредством вовлечения их в активную деятельность;
- плодотворная работа в социальных сетях позволяет увеличить количество пользователей библиотечными услугами;
- услуги библиотек могут быть дополнены и расширены соц. сетям, также это удобная площадка для популяризации библиотечных услуг и продуктов.

Важно понимать, что работа в социальных сетях в современных условиях стала неотъемлемой частью маркетинговой коммуникации, а активное представительство библиотеки в социальных сетях позволяет оценить потенциал учреждения и определить вектор его дальнейшего развития [3, с. 5].

Сотрудники КНМБ в перспективе видят дальнейшее развитие своих страниц как информационного ресурса, как онлайн-платформу для изучения целевой аудитории, спроса, продвижения библиотеки, выполнения некоторых услуг. Например, услуги по продлению литературы, выполнение различного рода справок, а также предложений сотрудничества специалистам медицинских организаций на комплексное информационно-библиотечное обслуживание.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Копылова Н. Библиотеки на удалёнке : как перестроить работу / Н. Копылова. – Текст : электронный // ЛибИнформ : [сайт]. – 2020. – 13 апр. – URL: <http://libinform.ru/read/articles/Biblioteki-na-udalyonke-kak-perestroit-rabotu/> (дата обращения: 18.01.2021.)
2. Пришивинка «на удалёнке», или как «пройти» в библиотеку в условиях самоизоляции. – Текст : электронный // infoorel.ru : [сайт]. – 2020. – 27 мая. – URL: <https://www.infoorel.ru/news/prishvinka-na-udalyonke-ili-kak-proyti-v-biblioteku-v-usloviyah-samoizolyacii.html> (дата обращения: 18.01.2021.)
3. Холявина О. А. Взаимодействие с читателями посредством социальной сети «ВКонтакте»: опыт библиотек Ханты-Мансийского автономного округа – Югры / О. А. Холявина. – Текст : электронный // СО РАН : [сайт]. – 2016. – URL: <http://conf.nsc.ru/files/conferences/LIS-2016/fulltext/335455/341098/Холявина.pdf> (дата обращения: 18.01.2021.)