

М. С. Малышева,

*кандидат филологических наук, старший преподаватель
кафедры библиотечно-информационной деятельности;*

Э. Н. Долженко,

*преподаватель кафедры библиотечно-информационной деятельности
государственного бюджетного образовательного учреждения высшего
образования «Белгородский государственный институт
искусств и культуры», г. Белгород, Россия*

СЕТЕВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И СПЕЦИФИКА ИХ ПРИМЕНЕНИЯ ПРИ ОРГАНИЗАЦИИ PR-КАМПАНИИ В СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКЕ

Аннотация. Проявление цифровизации, которая охватывает всю деятельность современного человека, в библиотечно-информационной сфере неразрывно связано с сетевыми технологиями, основной из которых является Ethernet. Библиотечные сетевые технологии включают разнообразные ресурсы Глобальной сети Интернет: веб-сайт библиотеки, группы в социальных сетях (ВКонтакте, Telegram, Twitter и др.), каналы на видеохостингах (YouTube, RuTube), являющиеся неотъемлемой частью эффективной PR-кампании современного библиотечно-информационного учреждения.

Ключевые слова: сетевые технологии, PR-кампания, технология Ethernet, сетевые ресурсы, веб-сайт библиотеки.

M. Malysheva,

*PhD in Philology, Senior Lecturer of the Department of Library
and Information Activities;*

E. Dolzhenko,

*PhD in Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor of the
Department of Library and Information Activities of the Educational
Institution "Belgorod State Institute of Culture and Arts",
Belgorod, Russian Federation*

NETWORK TECHNOLOGIES AND THE SPECIFICS OF THEIR APPLICATION IN ORGANIZING A PR CAMPAIGN IN A MODERN LIBRARY

Abstract. Digitalization covers all spheres of modern human activity. The manifestation of this process in the library and information sphere is inextricably linked with network technologies, the main of which in the activities of a modern library is Ethernet. Library network technologies

include various resources of the Global Network: the library's website, groups in social networks (VK, Telegram, Twitter, etc.), channels on video hosting sites (YouTube, RuTube), which are an integral part of an effective PR campaign of a modern library and information institution.

Keywords: network technologies, PR campaign, Ethernet technology, network resources, library website.

В современном мире процесс цифровизации активно охватывает все сферы деятельности человека. Катализатором цифровых трансформаций общества явилась в том числе и пандемия COVID-19, в результате которой все учреждения были вынуждены искать новые формы работы с пользователями и посетителями. Огромную роль в данном процессе играют сетевые технологии, применение которых в различных социокультурных сферах стало гарантом успешной деятельности учреждений культуры. Не обошла эта тенденция и библиотечно-информационную сферу.

Цифровизация библиотечных услуг – процесс не новый. Первоначально основной целью данного направления деятельности библиотечно-информационных учреждений была популяризация чтения среди молодежи, привлечение новых пользователей в библиотеку. Помимо этого, проведение различных мероприятий в онлайн-формате способствовало расширению географии библиотеки: подключиться онлайн к мастер-классу или литературной гостиной могли представители всех регионов России и ближнего зарубежья. Это дает право утверждать, что сетевые технологии являются не только основным механизмом цифровизации библиотечно-информационных продуктов и услуг, но и могут рассматриваться в качестве средства организации PR-кампании современной библиотеки.

Рассматривая сетевые ресурсы как инструмент PR-технологий, не стоит забывать, что сами по себе они не могут продвигать библиотечно-информационные услуги или привлекать новых пользователей. В данном аспекте работы очень важна правильная организация и техническое сопровождение PR-кампании современной библиотеки. Основными библиотечными сетевыми ресурсами, работающими на базе сетевой технологии Ethernet, являются: 1) веб-сайт библиотеки; 2) группы в социальных сетях; 3) каналы на видеохостингах [5, с. 57]. Рассмотрим эффективность перечисленных ресурсов в органи-

зации PR-кампании современного библиотечно-информационного учреждения на примере деятельности Белгородской государственной детской библиотеки им. А. А. Лиханова, которая имеет все вышеперечисленные сетевые ресурсы, однако каждый из них представлен в определенном контексте библиотечной рекламы, служащей основным инструментом организации PR-кампании библиотечно-информационного учреждения. Более того, некоторые ресурсы дублируют друг друга. Наглядно увидеть это можно, обратившись к таблице.

Таблица

	Наименование сетевого ресурса	Характерные черты
1	Белгородская государственная детская библиотека им. А. А. Лиханова (официальный сайт) [1]	<p>Ресурс представляет основные сведения о библиотеке: адрес, телефоны и e-mail для связи, информацию о руководстве библиотеки, режиме работы.</p> <p>Навигация по сайту предлагает посетить тематические разделы: «Музей детской книги», «Детям и подросткам», «Родителям и педагогам», «Профессионалам». Отдельно выделены разделы «Краеведение» и «Проекты и конкурсы».</p> <p>На сайте представлен также электронный каталог, позволяющий ознакомиться с ассортиментом библиотеки, не выходя из дома.</p> <p>Центральную часть сайта занимает афиша предстоящих мероприятий с указанием места и времени проведения, а также целевой аудитории, раздел «Новости», который обновляется не реже одного раза в неделю</p>
2	Лихановка (сообщество в социальной сети ВКонтакте) [2]	<p>Сообщество является местом неформального общения читателей библиотеки, а также сотрудников с читателями.</p> <p>Как и официальный сайт библиотеки, сообщество ВКонтакте включает ряд тематических разделов: «Офлайн/онлайн (Творческие объединения)» – представлены новости о работе творческих объединений на базе библиотеки; «РИЦ – детям (Книжная полка)» – обзоры твор-</p>

		<p>чества лучших детских писателей, приуроченные к дате рождения автора или дате выхода известной книги; «Читательское жюри (Нравится детям)» – обзоры на книжные новинки для детей и подростков, информация о презентации новых книг на базе библиотеки; «Статьи (Афиша событий)» – дублирует соответствующий раздел сайта с привлечением большого количества инфографики.</p> <p>В сообществе также представлены фоторепортажи и видеосюжеты о мероприятиях, прошедших на базе библиотеки</p>
	Лихановка (Telegram-канал)	<p>Создан как информационный канал, в котором размещаются афиши предстоящих событий на базе библиотеки, а также репортажи с прошедших мероприятий. В подавляющем большинстве дублирует информацию сообщества ВКонтакте, однако материалы представлены в Telegram-канале кратко и более емко</p>
3	Лихановка, библиотека (YouTube-канал) [3]	<p>На канале представлена информация в видеоформате. Все размещенные видеоролики подразделяются на тематические группы: «Путешествуй по стране с библиотекой. Научные открытия» – видеочикл повествует в доступной детям форме о главных достопримечательностях России, цитируя литературные произведения об этих местах; «Магия чтения. Времена года (беседы о книгах, чтении)» – цикл дает обзор лучших книг для детского и юношеского чтения, а также призван в ненавязчивой форме популяризировать чтение среди подрастающего поколения; «Буктрейлеры» – раздел для профессионалов, содержащий презентации книжных новинок библиотеки.</p> <p>Кроме перечисленных разделов, на канале представлено прочтение сказок народов России</p>
4	Лихановка (RuTube-канал)	<p>Информация на RuTube-канале полностью дублирует YouTube-канал</p>

Представленная информация наглядно демонстрирует, что сетевые технологии активно используются в деятельности современного библиотечно-информационного учреждения. Более того, мы можем говорить о эффективных сетевых ресурсах, служащих для продуктивной организации PR-кампании отдельно взятой библиотеки. Анализ сетевых ресурсов Белгородской государственной детской библиотеки им. А. А. Лиханова показал, что наиболее эффективным является официальный сайт библиотечно-информационного учреждения: здесь и новости о проведенных мероприятиях, и афиша предстоящих событий, и фоторепортажи, и основная контактная информация библиотеки. Группа в социальной сети ВКонтакте преподносит информацию менее официально, что привлекательно для целевой аудитории библиотеки – детей и подростков. YouTube-канал – прекрасное средство визуализации работы библиотеки, здесь представлены обзоры основных мероприятий в видеоформате.

Таким образом, сетевые ресурсы являются важнейшим инструментом организации PR-кампании современного библиотечно-информационного учреждения. Популяризация библиотечно-информационных мероприятий и услуг осуществляется посредством выхода в интернет-пространство [4, с. 49], в частности, создание и постоянное обновление сообщества библиотеки в социальной сети ВКонтакте, контента YouTube-канала.

1. Белгородская государственная детская библиотека им. А. А. Лиханова [Электронный ресурс] : офиц. сайт. – Режим доступа: <https://belgdb.ru/>. – Дата доступа: 19.10.2022.

2. Лихановка, библиотека [Электронный ресурс] // YouTube. – Режим доступа: <https://www.youtube.com/c/Лихановкабиблиотека/featured>. – Дата доступа: 19.10.2022.

3. Лихановка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vk.com/belgdblihanova>. – Дата доступа: 19.10.2022.

4. *Малышева, М. С.* Продвижение современной библиотеки в сети Интернет / М. С. Малышева // Приднепр. науч. вестн. – 2022. – Т. 5. – № 2. – С. 48–50.

5. *Туралина, Н. А.* Современные PR-технологии в библиотечно-информационной и издательской деятельности : учеб. пособие / Н. А. Туралина, М. С. Малышева. – М. : РОСА, 2022. – 96 с.