

Это поможет библиотеке более точно понять потребности пользователей и улучшить качество предоставляемых услуг.

б) Однако, перед внедрением нейронных сетей в университетскую библиотеку, необходимо учитывать различные факторы, такие как доступность данных, необходимость запуска специального оборудования для обучения моделей нейронных сетей и требования безопасности. Также важно обеспечить обучение персонала для правильного использования и обслуживания системы на основе нейронных сетей.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Токсик, К. Нейронные сети и современное искусство: наш опыт с Artlife 2020 / К. Токсик, П. Постников, В. Крутенюк // Phygitalism. – 2020. – URL: <https://medium.com/phygitalism/neural-networks-art-fe9fa6b7d79f> (дата обращения: 04.10.2023).

2. Обучи себя сам. Что такое нейронные сети и как они, развлекая, меняют нашу жизнь? // Дирекция информационных технологий Уральского федерального университета имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. – 2019. – URL: <https://dit.urfu.ru/ru/blog/28689> (дата обращения: 01.10.2023).

УДК 004.77:316.472.4:02:001.801

АНАЛИЗ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В БИБЛИОТЕЧНОЙ РАБОТЕ

Скорый Егор Сергеевич, библиотекарь 2 категории
Фундаментальной библиотеки Белорусского государственного
университета, магистр, e-mail: egor.skory@gmail.com

Аннотация. В работе проанализированы социальные сети библиотек Минска и Минской области. Рассмотрено на какие метрики ориентируются библиотеки в работе с социальными сетями, изучен вопрос обратной связи с пользователем, даны оценки успешности работы библиотечных социальных сетей. Автором делается попытка выявить проблемы ведения библиотечных социальных сетей.

Ключевые слова: Социальные сети, библиотеки, библиотечная работа, интернет-аудитория.

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF THE USE OF SOCIAL NETWORKS IN LIBRARY WORK

Skory Egor Sergeevich, librarian of the 2nd category,
of the Fundamental Library of the Belarusian State University, master,
e-mail: egor.skory@gmail.com

Abstract. The work analyzes the social networks of libraries in Minsk and the Minsk region. It is considered what metrics libraries focus on when working with social networks, the issue of user feedback is studied, and assessments of the success of library social networks are given. The author makes an attempt to identify the problems of maintaining library social networks.

Key words: Social networks, libraries, library work, Internet audience.

Ни для кого не секрет, что социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни. На сегодняшний день сложно представить себе библиотеку, у которой бы не было страницы в какой-либо одной социальной сети.

Поэтому было решено провести исследование, чтобы определить текущее состояние библиотечных сетей, в рамках которого был проведён социологический опрос с целью изучения вопросов и выявления проблем по ведению социальных сетей в библиотечной работе.

Сбор социологической информации проводился методом опроса, вид опроса – анкетный заочный (интернет – опрос), выборочный (охват некоторой части объекта исследования), однократный. Данный вид опроса был выбран, так как анкета является наиболее оперативным видом опроса.

Из 411 библиотек Минска и Минской области (по данным национального статистического комитета Республики Беларусь) рандомным методом отобраны 5 единиц: Государственное учреждение «Национальная библиотека Беларуси», Государственное учреждение «Белорусская сельскохозяйственная библиотека им. И. С. Лупиновича», Научная библиотека учреждения образования «Витебский государственный университет имени П. М. Машерова», Борисовская центральная районная библиотека им. И. Х. Колодеева.

Использована целевая выборка, так как изучаемой совокупностью является специфическая группа людей – «экспертов» в области библиотечного дела: библиотекари – 42,9 %, ведущие библиотекари – 35,7 %, научные сотрудники и заведующие отделами – 21,4 %.

Формула расчета объёма случайной выборки.

$$n = (t^2 * \sigma^2 * N) / (\Delta^2 * N + t^2 * \sigma^2)$$

где: n- объём выборки

t- коэффициент, зависящий от P (доверительный интервал)

σ^2 - дисперсия генеральной совокупности

N- объём генеральной совокупности

Δ - ошибка выборки

Уровень точности (величина допустимой средней ошибки) - 0,04

Доверительный интервал - 95 %

Генеральная совокупность – 441.

$$n = (1,5^2 * 0,25^2 * 441) / (0,28^2 * 441 + 1,5^2 * 0,25^2) = 5$$

Рассчитав выборку по формуле, определено число единиц наблюдения: 5 при заданной вероятности 95 % и величине допустимой средней ошибки 0,28. Это означает, что результаты, полученные при изучении выборки в 5 единиц, в 95 случаях из 100 будут иметь ошибку, меньшую 0,28 %. Это обеспечивает высокую степень надежности и допустимую величину ошибки.

Таким образом, результаты исследования являются достаточно репрезентативными.

Какими социальными сетями пользуются современные библиотеки?

На первом месте уже традиционно находится сервис Вконтакте, его отметили как используемый в своей библиотеке 71,4 % опрошенных с небольшим отставанием второе и третье место делят сервисы Facebook и Instagram, их отметили по 64,3 % каждый. Следующим по популярности сервисом оказался

YouTube со значением в 35,7 %. Затем идет Telegram – 21,4 %. Самыми же непопулярными соц. сетями оказались Одноклассники и Rutube, по 14,3 % каждый. Здесь мы можем уверенно говорить о готовности библиотек следовать за трендами.

Чем обусловлен выбор социальных сетей, с которыми работают библиотеки? Около 71% опрошенных выбрали социальную сеть для работы, исходя только из популярности той или иной социальной сети, и только 14,2 % выбрали социальную сеть исходя из того, на какой площадке какой вид контента, создаваемый библиотекой, удобнее и целесообразнее размещать.

Также на вопрос: Разделяет ли Ваша библиотека интернет-платформы, с которыми Вы работаете, на видеохостинги, мессенджеры, социальные сети и т. д. положительно ответило только 38,5 %.

Здесь мы выявляем первую проблему библиотечных социальных сетей: *когда выбор онлайн-платформы обусловлен исключительно ее популярностью, а не контентными особенностями и качественными характеристиками.* Определенные виды контента, производимого библиотекой, было бы целесообразней размещать на площадке, которая больше приспособлена к конкретному виду контента, чем просто на самой популярной платформе. Весьма вероятно, что и охват аудитории при таком подходе будет больше.

Здесь же мы подходим к следующей проблеме. На вопрос: *Цель ведения библиотечных социальных сетей?* 100 % ответов были связаны с рекламой услуг/работы библиотеки и привлечение пользователей в библиотеку. Библиотека не рассматривает социальные сети как самостоятельный инструмент библиотечной работы, а видит в нем только функциональное приложение к уже существующим. На взгляд автора это и есть главная проблема работы библиотек с социальными сетями. Библиотеки не создают контент, предназначенный именно для социальных сетей, а публикуют информацию о проектах, реализованных где-то еще.

В качестве успешного примера ведения библиотечной социальной сети при данном подходе можно привести TikTok Петриковской библиотеки (petrikovcrb). Правильный выбор площадки для создаваемого ими контента (короткие видео) обеспечивает им очень значительные просмотры и большой охват аудитории. При этом темы роликов не исчерпываются рекламой проводимых в библиотеке мероприятий и/или выставок, а скорее наоборот: привлекая новую аудиторию через ролики юмористического характера, Петриковская библиотека грамотно и главное точно включает информативный контент о проводимых мероприятиях.

Насколько вы считаете результативной Вашу работу по ведению соц. сетей Вашей библиотеки?

Из 4 вариантов ответов: Крайне результативна. Скорее результативна. Скорее не результативна. Не результативна. 92,9 % опрошенных ответили – Скорее результативна, а 7,1 % ответили, что их работа – крайне результативна. Данные говорят о высокой степени уверенности библиотекарей в своих соц. сетях, а возможно в некоторых случаях и о самоуверенности.

Перейдем к рассмотрению вопроса обратной связи с пользователем. На вопрос:

Как обратная связь с пользователями в соц. сетях влияет на Вашу работу? Почти в 100 % ответах рецензенты говорили о крайней важности обратной связи с пользователем, как эта связь реализована мы можем понять, проанализировав ответы на следующий вопрос.

Как реализована обратная связь с пользователем? Где опять же практически в 100 % ответов были названы различные вариации комментариев и репостов.

Сопоставим полученные данные с ответами на вопрос:

На какие метрики ориентируется библиотека при работе с соц. сетями? Где 92,9 % респондентов отметили количество просмотров, 78,6 % и 64,3 % назвали количество подписчиков и количество лайков соответственно. И только 28,6 % отметили, как метрику, на которую они ориентируются, количество комментариев, а количество репостов является важным только для 21,4% опрошенных.

В результате можно говорить о том, что, хотя для библиотек становится очевидным важность обратной связи с пользователем, ориентироваться на неё в качестве оценки успешности библиотечной соц. сети библиотеки пока не готовы. Рассуждения о причинах подобного положения можно найти еще в 2013 году, в статье «Библиотеки в соцмедиа: куда двигаться дальше?» Елена Бейлина, главный редактор журнала «Университетская книга» говорила: «библиотечные соцмедиа – это на уровне междусобойчиков на кухне». В большей степени – это, к сожалению, пассивная аудитория, способная в лучшем случае прочитать предложенный материал [1]. Как мы видим спустя 10 лет ситуация не изменилась. Комментарии так и остались слабым местом библиотечных социальных сетей.

Переходя к выводам, нужно признать, что «универсального рецепта популярности» нет. Во многом это исходит из того, что перед соц. сетями различных библиотек стоят разные проблемы. В пример приведем страницы Вконтакте Национальной библиотеки Беларуси и страницу подразделения ФБ БГУ "КЛУмБа" Клуб аматараў мастацкага слова. При 3015 подписчиков на странице Национальной библиотеки Беларуси и 368 подписчиков на странице "КЛУмБа", среднее количество просмотров у 10 последних постов у Национальной библиотеки – 81, а у "КЛУмБа" – 286. Соответственно, и цели работы с социальными сетями будут различные: если Национальной библиотеки Беларуси нужно искать как привлекать активную аудиторию, на которую рассчитан ее контент, то для "КЛУмБа" работа будет заключаться в расширении уже имеющейся.

В заключение стоит отметить, что библиотека, не имея популярной соц. сети, площадку с большим охватом аудитории, осложняет реализацию многих идей. Согласитесь, не хочется тратить время и силы на проект, который никто не увидит. И в конце хотелось бы процитировать Евгению Гусеву, начальника Управления системой фондов РГБ, которая еще в 2013 году весьма точно поставила «диагноз» многим современным библиотечным соц. сетям: «Поэтому

соцмедиа – уже давно наша жизнь. Это с одной стороны, а с другой – зачем мы всё это делаем? И соцмедиа, и блоги – всё это правильно и необходимо, но пока это напоминает стенгазеты советских времён и рукописные дневники.» [1].

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Библиотеки в соцмедиа: куда двигаться дальше? // Университетская книга. – URL: <http://www.unkniga.ru/biblioteki/bibdelo/1746-biblioteki-v-socmedia-kuda-dvigatsya-dalshe.html> (дата обращения: 19.10.2023).

УДК 004.77:316.472.4:070

СЕТЕВОЕ ВОЛШЕБСТВО: ИСКУССТВО СОЗДАНИЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО КОНТЕНТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Соловьёва Екатерина Васильевна, заведующий научно-методическим отделом Фундаментальной библиотеки Белорусского государственного университета, e-mail: solovyva@bsu.by

Аннотация. Библиотеки всегда играли жизненно важную роль в обществе, обеспечивая доступ к информации и воспитывая любовь к обучению. Однако в последние годы библиотеки претерпели значительные преобразования, чтобы адаптироваться к меняющимся потребностям и предпочтениям своих пользователей.

Ключевые слова: социальные сети, SMM, продвижение в социальных сетях, техники продвижения, контент, визуал, постинг, видео- фоторедакторы.

NETWORK MAGIC: THE ART OF CREATING ATTRACTIVE CONTENT ON SOCIAL MEDIA

Solovyova Ekaterina, head of the scientific and methodological department of the Fundamental Library of the Belarusian State University, e-mail: solovyva@bsu.by

Abstract. Libraries have always played a vital role in society, providing access to information and fostering a love of learning. However, in recent years, libraries have undergone significant transformation to adapt to the changing needs and preferences of their users.

Key words: social networks, SMM, promotion in social networks, promotion techniques, content, visual, posting, video and photo editors.

Сегодня социальные сети являются неотъемлемой частью жизни молодежи. Поэтому социальные сети стали важным элементом коммуникации и взаимодействия с пользователями нашей библиотеки. Это мощный маркетинговый инструмент, с помощью которого мы рекламируем свои услуги и фонд, анонсируем и освещаем многочисленные мероприятия, выставки, новые поступления. С помощью социальных сетей мы привлекаем внимание не только