

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

к самой библиотеке, но и к творчеству писателей, мотивируем студентов чаще посещать библиотеку и больше читать.

Библиотекам такие каналы передачи информации сегодня просто необходимы, особенно университетской – необходимо повышать лояльность читателей благодаря «тёплому» и неформальному общению.

Если посмотреть статистику сети библиотек учреждений высшего образования Республики Беларусь, то стоит отметить, что они представлены во всех популярных социальных сетях: ВКонтакте, Instagram, Facebook, Телеграм и даже TikTok.



Рисунок 1 – Библиотеки УВО Республики Беларусь в социальных сетях

Такое многообразие социальных сетей позволяет по-разному освещать одни и те же события библиотечной и литературной жизни – у каждой соц сети свой формат. Контент во всех социальных сетях отличается, поскольку на разных площадках – свои интересы, потребности и привычные способы потребления информации. Но главным принципом ведения всех наших социальных сетей является качественный, красочный и полезный контент.

Так как основная аудитория библиотек УВО – это студенты, большее внимание необходимо уделить таким социальным сетям, как Instagram, TikTok и телеграмм.

Instagram – это визуальная соцсеть, у которой есть 4 инструмента для общения с аудиторией:

Текстовые посты – это, обязательно, привлекательная картинка, кричащий заголовок и интересный текст. Контент для социальных сетей библиотеки может быть информационный (основной), репутационный, развлекательный, вовлекающий, пользовательский и продающий.

Сторис – главный вид контента, потому что 80% пользователей сначала открывают именно их. После просмотра которых, 20-30% пользователей переходит на страницу для ознакомления с постами.

Reels – это TikTok внутри инстаграм и единственный вид контента, который имеет виральный охват (это метрика, отражающая количество людей,

которые увидели контент (рекламу, пост, видео и т. д.), и какое количество раз её переслали.

Прямые эфир – формат видео, который транслируется зрителям в реальном времени, здесь и сейчас. Это отличный способ повысить лояльность аудитории, выстроить с ними прочные отношения и понять, что интересует ваших пользователей.

Лента инстаграм ранжируется, поэтому контент видят не 100% подписчиков. Чем больше крутого контента, тем лучше.

Не стоит бояться вносить креатив.

Особое внимание необходимо уделить работе над фоном. Придумать уникальные фоны и манеры съемки книг. Не обязательно иметь в арсенале профессиональную камеру, достаточно выставить правильный свет, например снимать книги днем, около окна не против солнца.

Можно приурочить публикации постов с книгами из фонда к тематическим подборкам и креативным инфоповодам. Ведь интересы подписчиков часто сосредоточены не только вокруг книг. Можно взять, например, свежешедший или популярный фильм и рассказать про первоисточник.

Нужно стараться оперативно реагировать на актуальную повестку (премьеры сериалов, флешмобы, мемы), ведь у многих есть представление, что библиотека – про что-то старое и ветхое, несовременное. Такие посты дают понять аудитории, что это совсем не так: библиотекари не в башне из слоновой кости, они вместе с вами, ждут выхода нового фильма на Netflix [1].

TikTok – социальная сеть, предназначенная для создания и просмотра коротких видео. В данном приложении с публикуются короткие видео, которые сопровождаются музыкой. Видео может быть ускорено, замедленно или отредактировано, добавлены различные фильтры. Приложение дает возможность выбрать трендовую музыку или музыку, которая вам просто нравится. Эти видео обычно длятся от 15 секунд до 3 минут.

Так как видео очень короткие, через них сложно передать какую-то пользу, но все же это возможно.

Здесь контент можно разделить на два направления:

1. развлекательный;
2. приносящий пользу.

С первым на первый взгляд все понятно, но, не стоит забывать, что видео должно быть не просто интересным, оно должно вызвать шквал эмоций, зацепить человека, что бы тот захотел им поделиться.

Второй более сложный способ. Вы выбираете проблемную тему или вопрос, на котором постоянно заостряется внимание (сложность составления литературы, не успел проверить диплом на антиплагиат и т.д.) и даете путь ее решения. Обязательно в таких роликах показывать экспертный контент, не просто реклама книг, а то что вы специалист и можете помочь.

Есть и проблема в таких роликах – многие люди не включают звук, поэтому если у вас на видео закадровый голос, либо вы сняли говорящего человека – пустите субтитры.

Большое внимание в социальных сетях уделяется визуальному ряду.

Существует три популярных вектора визуала.

Натуральный – преобладают светлые, пастельные оттенки. Этот вектор пропитан теплом и гармонией. Для наполнения часто используют фотографии природы и/или еды.

Классический – вектор спокойствия. Может передавать атмосферу английского, французского стилей. В нем преобладают спокойные цвета.

Динамичный – яркий вектор, направление креатива. Преобладают яркие цвета. Наполнение - приключения, фэнтези, огни ночного города.

Необходимо сделать свою страницу привлекательной, придерживаться единого стиля. Здесь не стоит забывать о насмотренности. Обращайте внимание на контент ваших конкурентов или партнеров. И честно не обязательно смотреть странички только библиотек, можно просматривать аккаунты других компаний, брать на заметку интересные практики и перерабатывать их под себя. Здесь будет полезен сервис Pinterest.

Для эффективной работы над контентом рекомендуется использовать различные сервисы:

SMMplanner (<https://cards.smmplanner.com>) – генератор идей постов. Иногда идеи для постов заканчиваются. Этот генератор – в помощь. На примерах поможет вам создать пост и даст инструкции по форматам постов, в зависимости от поставленных задач.

Google Trends (<https://trends.google.ru>) – если вы периодически страдаете от мук поиска тем, то этот инструмент поможет: самые обсуждаемые новости, тренды и масса идей, о чем можно написать и что будут обсуждать.

SEO Writing Assistant (<https://www.semrush.com/swa>) – ваш помощник в создании сео-текстов: поиск ключей, оптимизация текста, проверка на оптимальность и объем. Минус – здесь нет русского языка, но интуитивно понятно все.

Hooppy (<https://hooppy.ru>), SMMplanner (<https://smmplanner.com>) – сервисы для отложенного постинга. Загрузили на неделю и далее занимаетесь другими делами, только контролируйте.

tinypng (<https://tinypng.com>) – сжатие изображений без потери качества.

bitly (<https://bitly.com>) – сервис для создания коротких ссылок

Bitrix24 (<https://www.bitrix24.by>) – сервис для того, чтобы все задачи были под рукой. Удобный интерфейс, возможность создания различных папок для различных проектов, распределения по времени, дням недели и тд.

textovod.com и glvrd.ru – написание постов.

Для монтажа рекомендуется использовать INSHOT и CAPCUT.

Для креативов и анонсов, отлично подходит CANVA.

И помните, что на сегодняшний день социальные сети представляют собой неотъемлемую часть жизни любого человека. И либо ты идешь в ногу со временем, либо отстаешь на три шага назад.

Вывод. На сегодняшний день библиотеки успешно адаптировались к меняющимся потребностям и предпочтениям пользователей, превратившись в динамичные пространства. Интеграция технологий в сочетании с

расширением ресурсов позволила библиотекам оставаться актуальными и востребованными.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Едакин, А. Готовый контент-план для соцсетей библиотеки / Алексей Едакин// SMMplanner. Блог о маркетинге в социальных сетях. –URL: <https://smmplanner.com/blog/gotovyi-kontient-plan-dlia-sotssietiei-bibliotieki/?ysclid=lo2uoc09wj596496531> (дата обращения: 23.10.2023).

УДК 025.2:002.1(0.034)

ЭЛЕКТРОННЫЕ РЕСУРСЫ КАК ОБЪЕКТ КОМПЛЕКТОВАНИЯ БИБЛИОТЕЧНОГО ФОНДА

Сталинская Виктория Владимировна, ведущий библиотекарь,
научная библиотека ВГУ имени П.М. Машерова,
e-mail: vgu.biblioteka@mail.ru

Аннотация. Рассматриваются различные виды электронных изданий в фонде научной библиотеки, их классификация, особенности комплектования, а также оценка эффективности их использования. Особое внимание уделяется образовательным электронным ресурсам собственной генерации.

Ключевые слова: электронная библиотека, электронные ресурсы, базы данных, электронная библиотечная система, информационное общество, комплектование фонда.

ELECTRONIC RESOURCES AS AN OBJECT OF ACQUISITION OF THE LIBRARY FUND

Stalinskaya Victoria Vladimirovna, leading librarian, scientific library
VSU named after P.M. Masherova, e-mail: vgu.biblioteka@mail.ru.

Abstract. Various types of electronic publications in the collection of a scientific library, their classification, acquisition features, as well as an assessment of the effectiveness of their use are considered. Particular attention is paid to educational electronic resources of our own generation.

Key words: electronic library, electronic resources, databases, electronic library system, information society, acquisition of the fund.

Одна из основных задач библиотеки учреждения высшего образования – удовлетворение информационных потребностей субъектов высшего образования: от студентов до преподавателей и сотрудников университета. Чем эффективнее библиотека реализует данную задачу, тем выше ее статус в системе высшей школы и благоприятнее перспективы на будущее.

К формированию фондов научных библиотек сегодня предъявляются жесткие требования: отбираемые в фонд документы должны обладать потенциально высокими ценностными свойствами, характеризующимися полнотой и достоверностью, иметь обширный справочный аппарат.