

В духе постмодернистской поэтики герой бунтует против автора и готовых схем своего литературного существования. Петрович – человек русской литературы, который стремится избавиться от ее диктата и не желает жить в мифе. Схема этого избавления проста: выпадение из текста в жизнь как преодоление клишированного поведения и шаблонизированного сознания.

Литература

1. *Маканин В. С.* Андеграунд, или Герой нашего времени. М., 2010. С. 678. Далее роман цитируется по этому изданию, в скобках указаны страницы.
2. *Терц А.* Путешествие на черную речку и другие произведения. М., 1999.
3. *Битов А.* Империя в четырех измерениях. М., 2002.

K. A. SEMUSHINA. NOMINATIVE FUNCTION OF RUSSIAN CLASSICAL LITERATURE'S PLOTS IN THE ART SYSTEM OF THE NOVEL «UNDERGROUND, OR HERO OF OUR TIME» BY V. MAKANINA

This article is devoted to the mechanism of a semiotization of texts of the Russian classical literature in the post-modernist discourse.

Key words: *sign, myth, plot, post-modernist discourse.*

С. В. ГАВРИЛОВА

ПРОДВИЖЕНИЕ БИБЛИОТЕК И БИБЛИОТЕЧНЫХ УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА: ОПЫТ ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПУБЛИЧНОЙ БИБЛИОТЕКИ

В статье рассмотрены социальные медиа как новая коммуникационная среда для библиотек. Представлен опыт работы Донской государственной публичной библиотеки в социальных сетях.

Ключевые слова: *Донская государственная публичная библиотека, социальные медиа, социальные сети, библиотечные блоги.*

Появившиеся в сети Интернет социальные сети стали популярны среди разных возрастов населения. Они становятся объектом исследования и открывают новые возможности для их применения в разных сферах жизнедеятельности. Теория социальных сетей раскрывает определение социальной сети как социальной структуры с особыми типами связей и взаимоотношениями между людьми, организациями и/или событиями. Такие связи отбираются в зависимости от целей построения сети. На пользовательском языке, социальная сеть – это возможность создавать в Интернет свои профили и контактировать с другими участниками сети с помощью различных контентов, сообщений, выходить на новых людей через своих знакомых, создавать группы по интересам и т. д.

Новый вид коммуникации, социальные медиа, позволяют пользователю не только «потреблять», но и самому производить контент. «Выделяют семь разновидностей: социальные сети, блоги и микроблоги, форумы, сайты отзывов, фото и видеохостинги, сайты знакомств, геосоциальные сервисы» [1].

Особенностями социальных медиа являются неограниченные интерактивные коммуникации; непосредственное участие пользователей в генерации и ретрансляции медийного контента; высокая степень вовлеченности в процесс; максимальная скорость обратной связи; персонализация пользователя [2].

В век цифровых технологий и виртуального общения наш пользователь «ушел в Интернет». По

мнению автора, это создает новую площадку для творчества библиотек, позволяет нам использовать новейшие технологии для реализации своих функций и ставить библиотеки совсем на другой уровень, уровень гаранта культуры и интеллектуального развития, уровень не только центров образования, но и центров региональной памяти, и, наконец, уровень равенства с пользователями. Виртуальное пространство позволяет библиотекам позиционировать себя. Активно используя информационную площадку, можно размещать новости, афиши мероприятий, доступ к различным проектам и базам данных. Необходимо понимать, что такая деятельность в социальных медиа занимает огромное количество времени и становится профессиональной, а не хобби.

Интернет расширил границы. «К появлению известной фразы о шести степенях отдаления, после проведения эксперимента под названием «малый мир» психологом Стэнли Милграма, который установил, что два случайных гражданина США можно соединить через максимум шесть знакомых» [3]. Известные в соцсетях «круги» знакомых, друзей позволяют найти новых, а в дальнейшем и постоянных подписчиков. Это должен быть «живой организм» с дискуссиями по решению различных профессиональных вопросов, высказываниями мнений, инициатив и предложений. Работа в комплексе для разных целей и для разной аудитории – работа по ведению ни одного блога, а эффективность нескольких социальных медиа. Польза соцсетей – возможность мониторинга с последующим

реагированием на запросы, вопросы и предложения.

«Согласно результатам опросов издателей, библиотечарей, книготорговцев по использованию социальных медиа «УК» (журнал «Университетская книга». – **Прим. авт.**) определил основные цели присутствия в соцсетях: помимо общения и обмена информацией, 83,3% опрошенных коллег используют их для поддержки собственных мероприятий, 70% – для получения обратной связи и отзывов, 66,7% – для репутационной поддержки компании, 58% – для проведения опросов. 77% опрошенных присутствуют в Сети 3-4 часа ежедневно, при этом 83,3% компании НЕ закладывают в бюджет расходы на продвижение в Сети, вменяя это в дополнительные обязанности сотрудников. Что касается проблем, связанных с использованием соцмедиа, то было выявлено: 47% респондентов отмечают неспособность и неумение разговаривать с интернет-аудиторией на одном языке; 36,8% не понимают, как оценивать эффективность проектов; 28% отмечают отсутствие технических навыков по разработке блогов, страниц и групп, а для 26% сложность вызывает определение целевой аудитории» [4].

В 2013 году отдел краеведения Донской государственной публичной библиотеки организовал группу «Донской край: история, природа, культура» ВКонтакте и на Facebook [5]. Здесь представлены уникальные коллекции краеведческих документов, что создает единственную в своем роде базу данных о Ростовской области, материалы о памятных местах, исторических событиях и знаменитых людях. Основной целью, с которой началась работа в социальных сетях стало увеличение доли посещений сайта краеведческого альманаха «Донской временник» со сторонних сайтов. Сам альманах в 2010 году стал победителем российского конкурса краеведческих периодических изданий. Благодаря финансовой поддержке Фонда имени Д. С. Лихачева мы смогли создать сайт [6], на котором разместили оцифрованный архив номеров с 1993 года. Сейчас сайт развивается как краеведческий портал – единая точка доступа ко всем краеведческим ресурсам библиотеки: краеведческий альманах «Донской временник»; коллекция справочных материалов «Архив краеведа»; календарь знаменательных и памятных дат Ростовской области; Донская электронная библиотека; виртуальная справка «Спроси краеведа»; Краеведческий каталог Ростовской области.

По сути, группа «Донской край: история, природа, культура» является микроблогом, где основным инструментом общения с пользователями выступает так называемая стена. Текст сопровождается медиафайлами (аудио, видео, изображение), которые в свою очередь постоянно хранятся в фотоальбомах, видеоальбомах и т. д. В группе создана виртуальная справка (раздел «Обсуждение»), где мы отвечаем на вопросы пользователей

и посетителей группы. Подключив раздел «Материалы» на главной странице сообщества можно создавать бесконечное количество веб-страниц, используя вики-разметку. На 12.05.14 г. количество подписчиков составляет 974 подписчика (группа ВКонтакте) и 261 подписчик (группа на Facebook).

Еще одним ресурсом, выведенным в социальные сети, стала «Донская электронная библиотека» ВКонтакте и на Facebook [7]. Группу ведет Центр по работе с книжными памятниками Ростовской области Донской государственной публичной библиотеки. Основной целью создания группы является продвижение ресурсов «Донской электронной библиотеки» – проекта по формированию национального репертуара электронных ресурсов библиотек, музеев и архивов Ростовской области. Донская электронная библиотека (ДЭБ) – это региональная интегрированная корпоративная система, содержащая оцифрованные документы и документы, свободно размещенные в сети Интернет. В библиотеке представлены цифровые копии книг, журналов, газет, карт, фотографий. Это в первую очередь традиционные документы 18 – начала 20 вв. из фондов Донской государственной публичной библиотеки (основной массив) и фондов учреждений-участников, документы свободно размещенные в Интернет и ссылки на сетевые краеведческие ресурсы, а также цифровые копии документов из частных коллекций (например труды профессора П. П. Червинского и др.). За полгода работы количество подписчиков составляет 142 подписчика (группа ВКонтакте) и 261 подписчик (группа на Facebook).

Донская государственная публичная библиотека является партнером природоохранных организаций и бизнес-структур, работающих в сфере охраны окружающей среды и экологической безопасности Дона. В рамках экологического просвещения и повышения экологической культуры населения создан проект «Экология Дона». Это аккумулированный информационный ресурс по вопросам окружающей среды и устойчивого развития Донского края, включающий информационные ресурсы библиотеки, в т. ч. полные тексты монографий и публикаций; материалы мероприятий экологической направленности; систему полезных ссылок и др. Раздел сайта «Услуги» предусматривает электронную доставку документов по запросам. Отдел деловой и социальной информации Донской государственной публичной библиотеки развивает данный проект и в социальных сетях: группа ВКонтакте и на Facebook [8]. За несколько месяцев работы группа имеет 30 постоянных подписчиков.

Успешно развивающийся библиотечный блоггинг стал профессиональной деятельностью. Это новая коммуникационная среда в информационной сущности библиотеки, корпоративный ресурс с равноправными участниками и интересным контентом. Термин «блог» происходит от английского «weblog», это интернет-дневник, дневник

событий. Блогосфера – это среда, в которой происходит диалог с автором [9]. В России первый библиотечный блог появился в 2007 году – блог Екатерины Ефимовой «Мышь библиотечная» [10]. До сих пор он является одним из самых популярных и интересных библиотечных блогов.

Оценить блог можно по следующим критериям: платформа; домен; дизайн; контент [11]. Другими оценками популярности являются критерии «количества подписчиков, комментариев, обратных ссылок, ежедневных посетителей» [12] и другие показатели.

Успешная работа библиотечных блогов различных библиотек страны подвела нас к необходимости создания собственного блога. С декабря 2012 отдел краеведения Донской публичной библиотеки ведет блог в «Живом Журнале» («Дон: блог краеведов Донской государственной публичной библиотеки» [13]). Изначально блог был задуман как площадка для рекламы материалов сайта «Донской временник». Однако помимо представления новых статей, опубликованных на сайте, здесь есть и другие материалы: авторские краеведческие очерки, перепечатка интересных фрагментов из дореволюционных книг, цитаты или воспоминания о крае, рассказы и фотоотчеты о прошедших в библиотеке краеведческих мероприятиях, отзывы сотрудников отдела на события из жизни города, материалы, присланные из районов области. Выбранная платформа «Живого Журнала» (livejournal) имеет возможность комментирования постов. За 1,5 года работы в «ЖЖ» мы получили более 1100 комментариев к нашим постам. Результатом работы Донской государственной публичной библиотеки в соцсетях можно считать вполне удовлетворительным. Количество посещений сайта «Донского временника» со сторонних сайтов увеличилось на 12,5%.

В 2014 году блог краеведов Донской государственной публичной библиотеки стал победителем ежегодной региональной премии в области печатных СМИ по ЮФО «Искра Юга – 2013» в номинации «Лучший блог».

Существуют огромное количество точек зрения на эффективность / безрезультативность продвижения библиотеки в соцсетях. По мнению автора, соцсети – это поддержка потенциала библиотек, инструмент интеллектуального труда – интеллектуальная услуга, информирование конечного пользователя (электронная справка). Актуальной

становится идея вывести поиск в электронном каталоге через страницы библиотеки в соцмедиа. Донская государственная публичная библиотека успешно справляется с данной задачей.

Важно, когда сами пользователи принимают непосредственное участие в производстве и усовершенствовании библиотечных услуг. Система обсуждения и комментирования, система ссылок в других блогах – это один из показателей эффективности самих публикаций, так и показателей библиотеки. Контент библиотеки становится более востребованным. Социальные медиа помогают проводить интересные и полезные мероприятия в оффлайне, где потенциальный пользователь становится номинальным.

Литература

1. Социальные медиа. URL: <http://ru.wikipedia.org>
2. Социальные медиа – инновация в системе массовых коммуникаций. URL: <http://www.smm.ingate.ru/smm-wiki/social-media>
3. Социальные сети. URL: <http://www.socialnetysety.ru>
4. Социальные медиа vs читальный зал // Университетская книга (УК). URL: <http://www.unkniga.ru/biblioteki/bibdelo/1510-soc-media-vs-chitalniy-zal.html>
5. URL: http://vk.com/don_kray; URL: <http://www.facebook.com/donskoykraj>
6. URL: <http://www.donvrem.dspl.ru>
7. URL: <http://vk.com/public60865572>; URL: <http://www.facebook.com/pages/Донская-электронная-библиотека/582175408523094?ref=hl>
8. URL: <http://vk.com/club66769447>; URL: <https://www.facebook.com/pages/Экология-Дона/263185473847797?fref=ts>
9. Федоров А. О. Библиотечная блогосфера: в чем феномен библиотечного блога? // Российская государственная библиотека. М., 2013.
10. URL: <http://library-bat.ru>
11. Федоров А. О. «Помощь зала», или В чем феномен библиотечного блогинга? // УК. URL: <http://unkniga.ru/biblioteki/bibdelo/557-pomosch-zala-bibliotechny-blogging.html>
12. Мельников Н. Е. Обзор библиотечной блогосферы. URL: http://www.librarian-bibnout.blogspot.com/2013/03/blog-post_7861.html
13. URL: <http://donvrem.livejournal.com>

S. V. GAVRILOVA. PROMOTION OF LIBRARIES AND LIBRARY SERVICES IN SOCIAL MEDIA: DON STATE PUBLIC LIBRARY EXPERIENCE

Social media are considered as a new communication environment for libraries in this article. Don State Public library's working experience in social network is presented here.

Key words: Don State Public library, social media, social networks, library blogs.

