



Медианавыки как новые
требования для библиотечного
работника, или

КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ЧИТАТЕЛЯ?

Екатерина А. Ильнер, канд. филол. наук, доцент,
главный библиотекарь ЗНБ УрФУ, ответственный
секретарь медиацентра УрФУ





В ПОТОКЕ ИНФОРМАЦИИ

Пять признаков нынешней жизни, наиболее сильно влияющие на мышление и поведение современных людей, ведущих социально активный образ жизни.

Для удовлетворения потребности в доступной, разнообразной информации используются все возможные каналы, в т. ч. интернет и соцсети.



Ускорение темпов жизни



Потребность в постоянно поступлении свежей информации и необходимость быстро обрабатывать новости



Увеличение разнообразия поступающей информации



Увеличение количества дел, которыми один человек занимается одновременно



Рост диалогичности на разных уровнях социальной системы



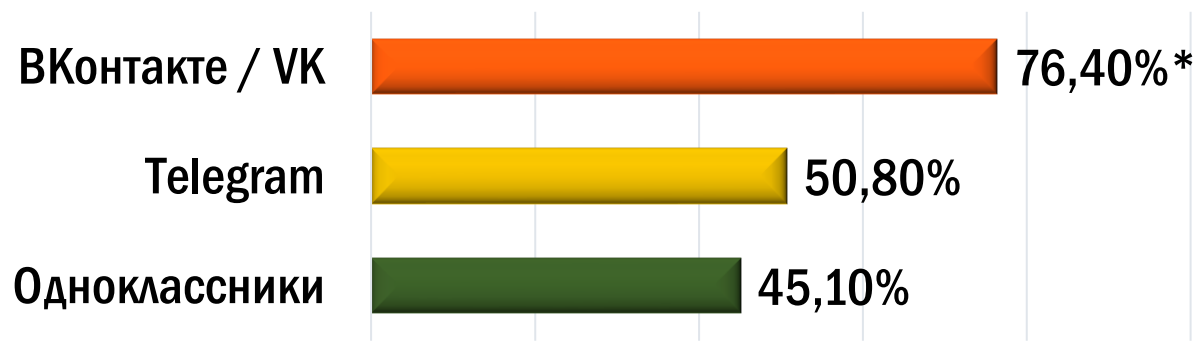
СТАТИСТИКА СОЦСЕТЕЙ: 2022

106 млн

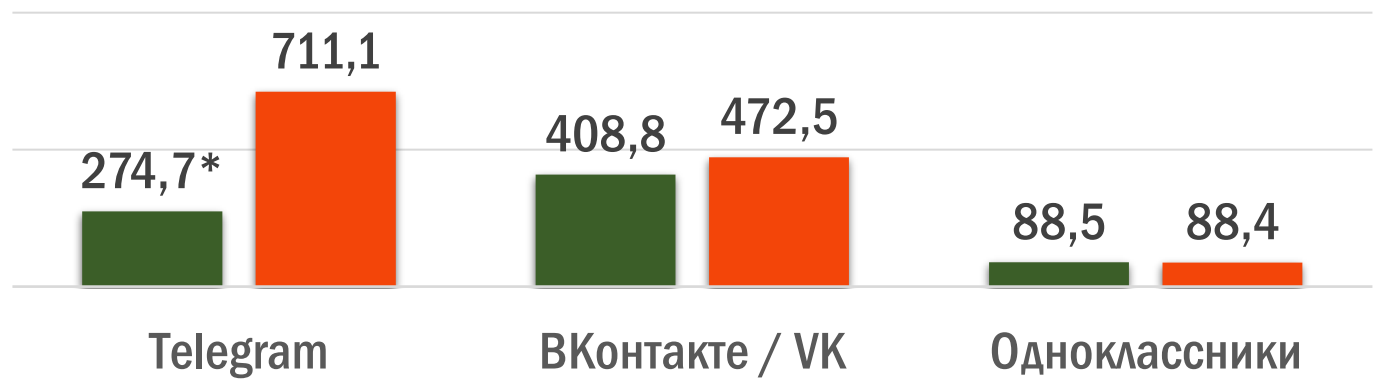
общее число пользователей популярных соцсетей на начало 2022 года

+5–7 %

ЕЖЕГОДНО



* Доля населения России в возрасте 16–64 лет, заходящих в данную соцсеть как минимум 1 раз / мес.



* Количество сообщений, размещённых пользователями наиболее популярных в России соцсетей в октябре 2021 и октябре 2022, млн сообщений



ДВЕ ЗАДАЧИ

1. Приобщение современного пользователя к ресурсам и услугам библиотеки посредством социальных сетей, активное взаимодействие с ним с целью вовлечения в совместную деятельность

2. Упаковка информации с учётом особенностей современного пользователя

Проект
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ
Специалист по библиотечно-информационной деятельности

Регистрационный номер

1
2

3.1.5. Трудовая функция

Наименование	Ведение библиотечных сайтов/порталов, сетевых социальных сервисов	Код	A05.6	Уровень (подуровень) квалификации	6
Происхождение трудовой функции	Оригинал <input checked="" type="checkbox"/> Займствовано из оригинала	Код оригинала		Регистрационный номер профессионального стандарта	

Трудовые действия

Мониторинг информационных потребностей пользователей библиотечных сайтов / порталов и сетевых социальных сервисов
Разработка концепции библиотечного сайта / портала: определение целевого и потребительского назначения, структуры, реализуемых сервисов
Формирование / актуализация контента, в том числе медиаконтента, сайта библиотеки, с целью продвижения библиотечных ресурсов в интернет-пространстве
Поддержание...

Необходимые умения

Применять методики изучения и мониторинга потребностей пользователей библиотечных сайтов/порталов и социальных сетей
Разрабатывать концепцию и стратегию создания и использования сетевых социальных сервисов
Создавать контент с учетом потребностей пользователей, стратегий развития библиотеки, социального заказа и государственного задания
Создавать, редактировать, публиковать медиаконтент
Информировать о возможностях библиотечного сайта портала и оказывать консультативную помощь пользователям
Оформлять и инструментальной веб-аналитики для анализа поведения пользователей
Применять инструменты веб-аналитики для анализа поведения пользователей библиотечного сайта
Применять инструменты веб-аналитики для анализа поведения пользователей библиотечного сайта
Применять инструменты веб-аналитики для анализа поведения пользователей библиотечного сайта
Применять инструменты веб-аналитики для анализа поведения пользователей библиотечного сайта

В Профессиональный стандарт специалиста по библиотечно-информационной деятельности, утверждённый 14.09.2022, введена новая трудовая функция «Ведение библиотечных сайтов/ порталов, сетевых социальных сервисов». Для её выполнения библиотекарям важно сформировать компетенции, раньше считавшиеся компетенциями журналистов, маркетологов и т. п.

НОВАЯ ТРУДОВАЯ ФУНКЦИЯ

Профессиональный
стандарт
по библиотечно-
информационной
деятельности.
Утверждён приказом
Министерства
труда и социальной
защиты РФ
от 14.09.2022
№ 527н



3.5.1. Трудовая функция

Ведение библиотечных сайтов/порталов, сетевых социальных сервисов

Трудовые действия	<ul style="list-style-type: none">• Мониторинг информационных потребностей пользователей библиотечных сайтов / порталов и сетевых социальных сервисов
	<ul style="list-style-type: none">• Формирование / актуализация контента, в том числе медиаконтента, сайта библиотеки, с целью продвижения библиотечных ресурсов, услуг в интернет-пространстве
	<ul style="list-style-type: none">• Поддержание обратной связи/ интерактивного диалога с пользователями сайта
	<ul style="list-style-type: none">• Наполнение/актуализация контента аккаунта библиотеки в социальных сетях
	<ul style="list-style-type: none">• Взаимодействие с пользователями социальных сетей (массовое, групповое, индивидуальное), консультирование пользователей

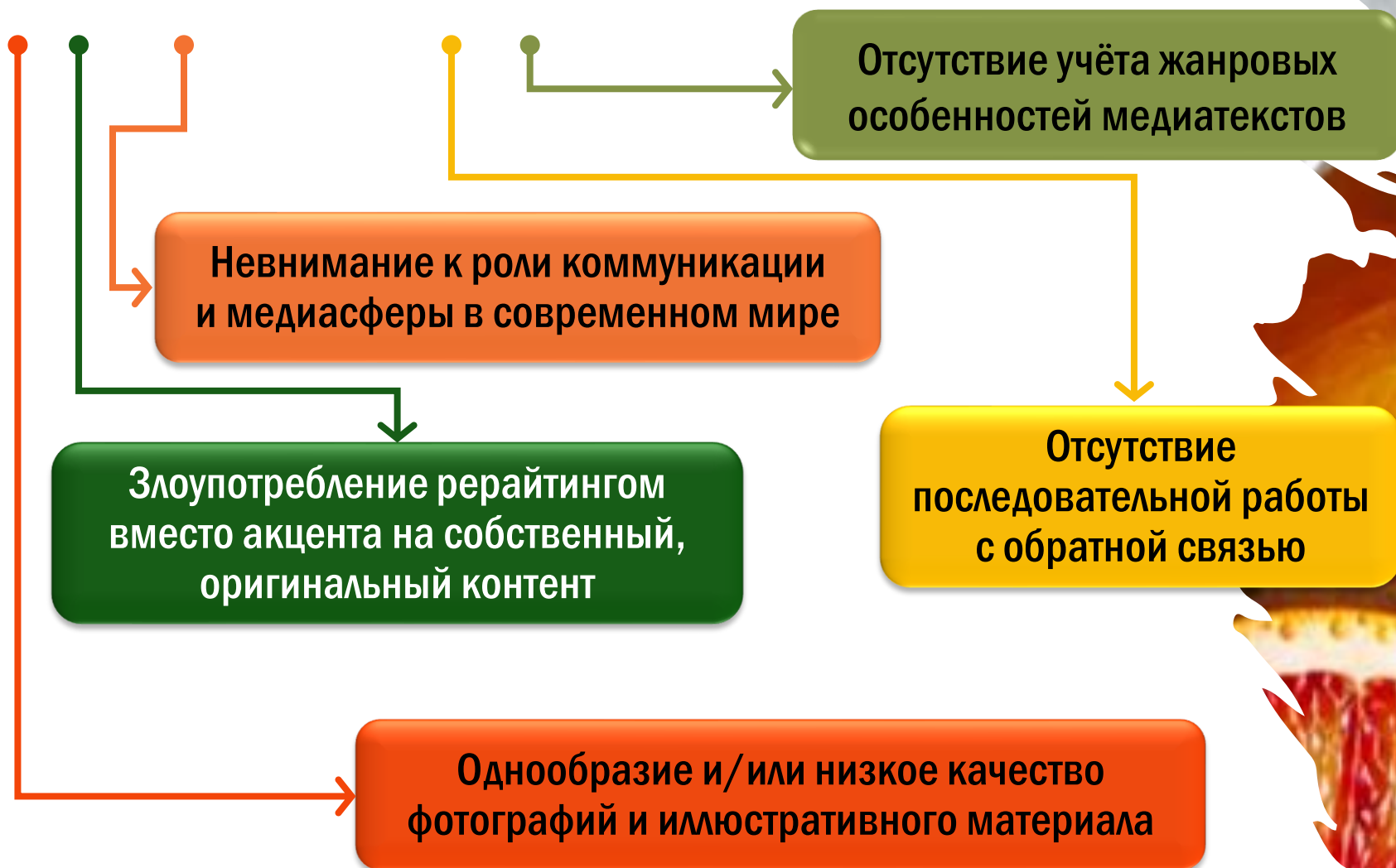




ИССЛЕДОВАНИЕ

Цель	Определить степень соответствия публикаций в аккаунтах библиотек вузов России параметрам медиатекстов и таким образом понять, насколько сформированы компетенции, необходимые для выполнения трудовой функции «Ведение библиотечных сайтов/порталов, сетевых социальных сервисов», у сотрудников этих библиотек
Материал	Сообщения, публикуемые библиотеками ведущих университетов России (топ-10 RAEX-100 2022) в социальной сети «ВКонтакте»
Метод	Анализ текстов, основанный на принципах семиосоциопсихологии, лингвистической прагматики, теории текстовой деятельности и теории коммуникации, психологии чтения, а также медиалингвистики, PR и др.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ





АККАУНТЫ БИБЛИОТЕК

Большая часть публикаций по жанровым характеристикам не может быть названа медиатекстом.

НАПРИМЕР

Публикации сайта научной библиотеки им. М. Горького СПбГУ — это главным образом:

- очень краткие анонсы событий,
- новости об условиях доступа к ресурсам и инструкции по их использованию;
- поздравления с праздниками,
- репосты материалов партнерских или общедоступных ресурсов.

В аккаунте библиотеки МФТИ:

- сообщения о новых поступлениях в виде перечня библиографических описаний изданий с иллюстрациями и ссылками (для ЭИ) или без них (для ПИ);
- объявления о мероприятиях,
- сообщения о памятных датах с текстами, составленными методами ререйтинга,
- поздравления.

АККАУНТЫ БИБЛИОТЕК

Большая часть публикаций по жанровым характеристикам не может быть названа медиатекстом.

НАПРИМЕР

Большинство сообщений в аккаунте библиотеки МГТУ им. Н. Э. Баумана:

- краткие анонсы событий и/или приглашения к участию в активностях;
- сведения о новых поступлениях, представляющие собой перечни изданий/эл. ресурсов.

Однако есть краткие увлекательные материалы, обладающие признаками медиатекстов, имеющие в т. ч. имиджевое значение

Главный недостаток аккаунта библиотеки СПбПУ Петра Великого – стиль материалов. Посты написаны маловыразительным и тяжёлым для восприятия языком документов с характерными оборотами: *вопросы по уточнению информации, вход осуществляется по записи, информируем о получении доступа, отбор произведён на основании экспертной оценки, в рамках экскурсии гости посетили, откликам с оценкой качества ресурсов и т. п.*





ФУНКЦИИ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ

Формирование общественного мнения, возможность влиять на него, активное участие в общественных процессах

Продвижение собственных услуг и возможностей, PR

Получение материалов для исследований, прогнозов, оптимизации своей работы

Повышение мотивации собственного персонала, возможность привлекать на работу творческих, социально активных людей, обладающих множеством актуальных компетенций



ПРИЗНАКИ МЕДИАТЕКСТА

- ❑ Сообщение, содержащее информацию и изложенное в любом виде и жанре медиа: печатная статья, телепередача, видеоклип, фильм и др.)
- ❑ Произведение информационного характера, созданное для трансляции средствами массовой коммуникации в любом жанре медиа

Медийность, т. е. воплощение текста медиасредствами, обеспеченными возможностями канала

Массовость — как в сфере создания, так и в сфере потребления медиапродуктов

Интегративность, или поликодовость текста, т. е. объединение в единое коммуникативное целое различных знаковых кодов

Открытость текста на содержательном, композиционном и знаковом уровнях

ПРОГРАММЫ ДЛЯ БИБЛИОТЕКАРЕЙ



**Институт доп.
образования
РНБ**
Программы
отсутствуют



**Центр
непрерывного
образования
РГБ**
Программы
отсутствуют



**Российская
государственная
библиотека**
Программы
по развитию
коммуникативных
навыков
и навыков
использования ИТ



**Национальная
электронная
библиотека**
Приглашают
на очные программы
региональных
партнеров. Тематика
программ: реклама,
маркетинг, PR
или ИТ



**Центр ДО
«ПРОФАКАДЕМИЯ»**
Одна программа
с акцентом на ИТ





НАШЕ ВИДЕНИЕ

Важнейшая компетенция, необходимая для продвижения библиотеки в медиaprостранстве — это умение «упаковывать информацию», т. е. **СОЗДАВАТЬ МЕДИАТЕКСТ.**

Создание медиатекста — творческий процесс, представляющий собой последовательность действий и требующий целого комплекса навыков.



Владение навыками аналитического чтения, в т. ч. для сбора информации при создании медиатекстов и их редактирования



Способность анализировать информационные потребности пользователей библиотечных сайтов / порталов и сетевых социальных сервисов, умение создавать портрет целевой аудитории



Способность создавать качественный информационный контент сайта / портала и социальных медиа библиотеки, соответствующий ежегодному плану её работы, интересный и актуальный для пользователей



Владение навыками поддержания обратной связи / интерактивного диалога с пользователями



ПРИГЛАШАЕМ К СОТРУДНИЧЕСТВУ!

ЗОНАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА УрФУ ПРЕДЛАГАЕТ образовательные программы, направленные на повышение квалификации работников библиотек по широкому спектру актуальных направлений.

Весной 2023 года ПРИГЛАШАЕМ пройти обучения по ПРОГРАММАМ:

- **МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ СОЗДАНИЯ МЕДИАТЕКСТОВ В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОЙ БИБЛИОТЕКИ**
- **БИБЛИОТЕКА В СОВРЕМЕННОМ ИНФОРМАЦИОННО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РЕГИОНА**

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ глубокие знания, многолетний профессиональный опыт, а наши высококвалифицированные сотрудники готовы разработать для вас новую программу обучения с учётом ваших потребностей и провести занятия.

Будем рады ответить на ваши вопросы и договориться о СОТРУДНИЧЕСТВЕ!

**Наши координаты:
Екатеринбург, ул. Мира,
19, каб. Б-203.
Тел.: (343) 375-46-01**



<http://lib.urfu.ru>



<https://vk.com/bibcluburfu>



https://vk.com/science_urfu



Для изучения спроса на образовательные продукты мы проводим онлайн-анкетирование, чтобы разрабатывать и предлагать библиотечному сообществу актуальные и эффективные программы повышения квалификации.

Мы подготовили для вас небольшую анкету, которую можно заполнить прямо сейчас в электронной google-форме.

Будем благодарны всем, кто примет участие в исследовании!

Ссылка на анкету:
<https://clck.ru/33XmdU>



**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ!**

*Я готова ответить
на ваши вопросы*





Медианавыки как новые
требования для библиотечного
работника, или

КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ЧИТАТЕЛЯ?

Екатерина А. Ильнер, канд. филол. наук, доцент,
главный библиотекарь ЗНБ УрФУ, ответственный
секретарь медиацентра УрФУ

