



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**



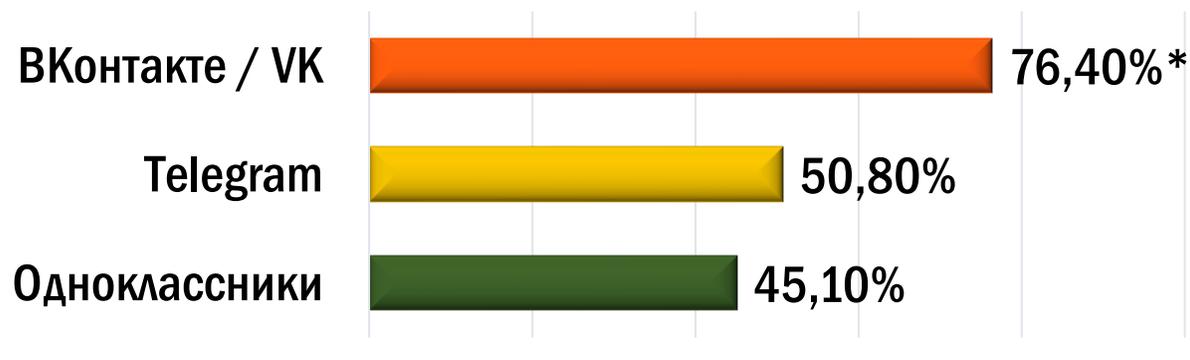
# СТАТИСТИКА СОЦСЕТЕЙ: 2022

## 106 млн

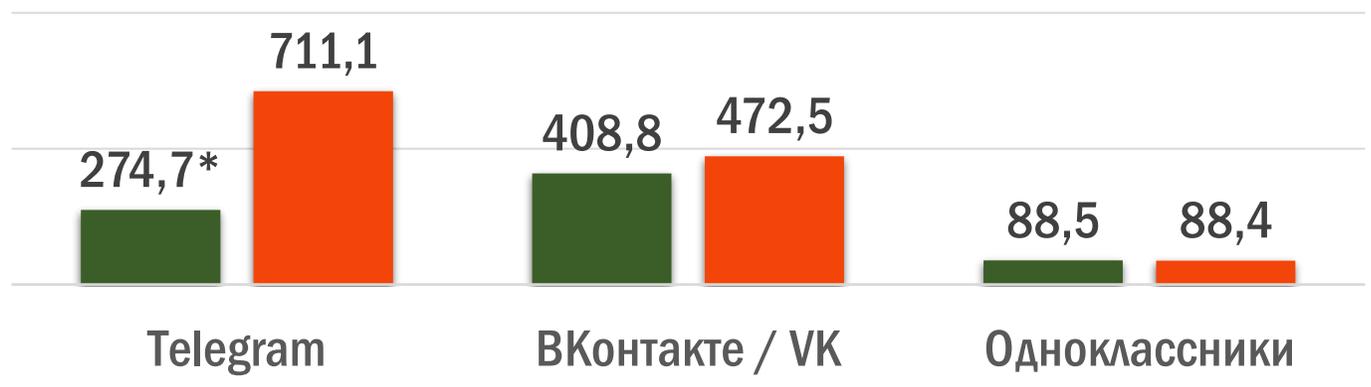
общее число пользователей популярных соцсетей на начало 2022 года

## +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



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

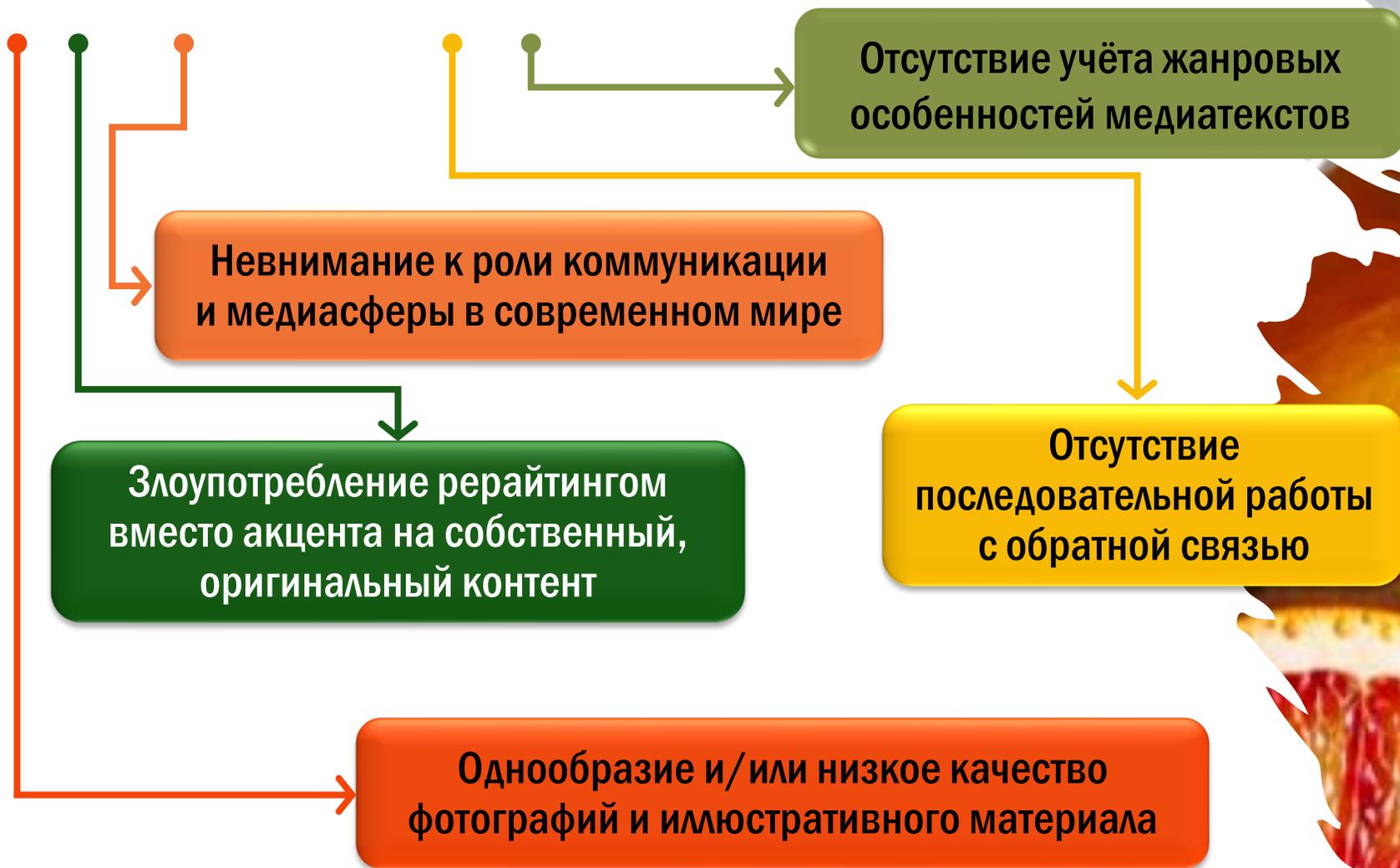




# ИССЛЕДОВАНИЕ

<b>Цель</b>	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
<b>Материал</b>	Сообщения, публикуемые библиотеками ведущих университетов России (топ-10 RAEX-100 2022) в социальной сети «ВКонтакте»
<b>Метод</b>	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](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

