

## ТЕХНОЛОГИИ WEB 2.0. БИБЛИОТЕКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Первым, кто употребил словосочетание Web 2.0, стало издательство O'Reilly Media, специализирующееся на информационных технологиях. Это произошло в 2004 году. За прошедшее время сфера Web 2.0 расширилась, вытесняя традиционные Web-сервисы, получившие название Web 1.0.

Web 2.0 – комплексный подход к организации, реализации и поддержке Web-ресурсов. Одни из наиболее известных «проявлений» Web 2.0, с которыми, так или иначе, встречался каждый пользователь Интернета:

- **Википедия.** (Свободная энциклопедия)

- **Блоги** (интерактивные сетевые дневники) представляют собой один из самых ярких примеров использования принципов Web 2.0. Значительная часть Web-контента создается пользователями, а не владельцами ресурса.

- **Сервисы обмена данными.** Эти ресурсы наполняются за счет пользователей, предоставляя им место для различных файлов – музыки, фильмов, документации и т.п.

- **Сайты совместного документопользования.** Подобные сервисы дают пользователям возможность одновременного и совместного использования документов – можно создавать, изменять, удалять информацию, доступную для общего пользования. При этом исчезает необходимость в установке программного обеспечения на локальных компьютерах.

- **Различные веб-приложения.** Все больше приложений получают свои Web-аналоги, избавляя пользователей от необходимости устанавливать ПО на локальном компьютере. Как правило, пользование web-сервисом обходится дешевле покупки аналогичных «не-web» программ. (Переводчики, разновидности калькуляторов, тесты и т.д.) [11].

У Web 2.0 существуют несомненные плюсы. В обычных сетевых сервисах (сервисах Web 1.0) пользователь, является пассивным потребителем услуг. Подход, построенный на базе концепции Web 2.0, подразумевает более активную деятельность пользователей, ориентированную на участие в создании контента ресурса. В процессе развития сервиса учитывается опыт и мнение пользователей данного сервиса. Это делает Web 2.0 ресурсы значительно более интерактивными, давая пользователям свободу самовыражения.

**Блог** (англ. *blog*, от *web log* – интернет-журнал событий, интернет-дневник) – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментариях к блогзаписи или своих

блогах). Людей, ведущих блог, называют блогерами. Совокупность всех блогов сети принято называть блогосферой. Для блогов характерна возможность публикации отзывов (комментариев, «комментов») посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами. Блогосфера предоставляет руководителям и специалистам в различных сферах хорошую возможность поддержки и развития личного бренда [7].

Последнее время мы все чаще и чаще слышим такое словосочетание, как социальные сети. Что же означает понятие **социальные сети**? Основной функцией социальных сетей является объединение людей (блогеров) с одинаковыми интересами в одно сообщество или группу. Именно развитие Интернет технологий web 2.0 в свое время дало толчок появлению различных социальных сервисов, а именно форумов, блогов, рассматриваемых нами социальных сетей.

Первой социальной сетью считается созданный в 1995 году в США портал под названием Classmates.com[1]. Русским аналогом является сайт Одноклассники.ру [10]. Официальным началом бума социальных сетей принято считать 2003–2004 годы, когда были запущены, MySpace и Facebook, самой популярной из которых стала Facebook, насчитывающая на данный момент более 500 миллионов пользователей [2]. Не менее популярной является сеть микроблогов Twitter. Из русскоязычных, самыми популярными сетями являются и ВКонтакте. С развитием технологий Web 2.0 социальные сети обрели осязаемую основу в виде порталов и веб-сервисов. Так, найдя на одном из таких сайтов совершенно незнакомого для себя человека, можно увидеть цепочку промежуточных знакомств, через которую вы с ним связаны [7].

Большим плюсом социальных сетей является возможность найти своих знакомых, друзей, сослуживцев, коллег. Можете найти вы, а могут найти и вас. И если социальная сеть LinkedIn создавалась с целью установления или поддержания деловых контактов, то владельцы MySpace и Facebook сделали ставку в первую очередь на удовлетворение человеческой потребности в самовыражении. При этом каждый пользователь получил возможность не просто общаться и творить, но и делиться плодами своего творчества с многомиллионной аудиторией той или иной социальной сети.

За понятием «социальная сеть» скрывается достаточно широкий круг довольно сильно отличающихся друг от друга сайтов. Это сайт, созданный с целью поиска, знакомств и общения людей. Однако эти аспекты, а также цели знакомства достаточно сильно разнятся.

Во-первых, это профессиональные социальные сети, которые создавались для соискателей и работодателей, система рекомендаций, репутации и прозрачности карьерного опыта в действии [5].

Во-вторых, это блог сети. Livejournal.com, liveinternet.ru и десятки других включая блог сервисы от яндекса, мейл.ру и т.д. Аудитории уже сейчас

езде измеряются сотнями тысяч. Блог сервисы весьма условно можно назвать социальными сетями, потому как в сущности это лишь набор дневников [5].

В-третьих, это сайты знакомств.

В-четвертых, это сайты для поиска людей, которые учились с тобой в одной школе или вузе.

Здесь существует возможность «заливать» фото, переписываться и даже писать небольшие заметки. Каждый сайт предлагает все больше функций в попытках выжить в конкурентной борьбе, везде можно загружать фотографии, писать заметки, общаться и многое другое [5].

**Социальная сеть** направлена на построение сообществ в Интернет из людей со схожими интересами или деятельностью. Связь осуществляется посредством внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями. Также бывают социальные сети для поиска не только людей по интересам, но и самих объектов этих интересов: сайтов, прослушиваемой музыки, фильмов. Обычно на сайте сети возможно указать информацию о себе (дату рождения, школу, вуз, любимые занятия и другое), по которой аккаунт (учетная запись) пользователя смогут найти другие участники. Различаются открытые и закрытые социальные сети. Одна из обычных черт социальных сетей – система «друзей» и «групп» [7].

Задуманные как аналоги личных дневников, блоги становятся своеобразной платформой для общения многих и многих пользователей. Компании различных сфер деятельности, отдельные персоны ведут сетевые дневники для достижения самых разных целей.

Развивая сервисы web 2.0 библиотека может приобрести новый статус и имидж, новые возможности. С помощью блогов и социальных сетей гораздо эффективнее продвигать в интернете библиотечные услуги, ресурсы и программы. Для привлечения интереса к сетевому журналу библиотеки необходимо делать его содержание интересным: не только раскрывающим разные стороны библиотечной сферы, но и иметь свой оригинальный неофициальный стиль.

Наличие сайта организации не мешает вести блог, который в свою очередь имеет ряд преимуществ перед сайтом:

- сайт – официальное зеркало библиотеки, блог – не официальная площадка для беседы с друзьями-читателями;
- гостевая книга сайта обобщена и носит менее гибкий характер, в отличие от форума в социальной сети, где каждое сообщение находит свою тематическую рубрику и его можно обсудить с конкретными читателями;
- блог, как правило, размещен в социальных сетях, что позволяет привлечь внимание новых читателей, партнеров и равнодушных к библиотечной действительности людей;
- учитывая особую стилистику и место размещения блога (в социальных сетях) библиотека психологически становится ближе к читателям;

– блог и сайт это разные средства сообщения о деятельности библиотеки, что в совокупном их использовании позволяет достичь максимальной эффективности от распространяемой в Интернете информации.

Социальные сети дают возможность просматривать файлы, видео и фотографии других пользователей, оставлять комментарии, обмениваться сообщениями, обзавестись новыми знакомствами, а это, в свою очередь, шанс найти единомышленников, людей с такими же интересами. Достаточно вступить в нужную группу, которая привлекла внимание, а остальное – дело техники.

Возможность оперативного размещения информации (о новых услугах и мероприятиях библиотеки) и получения моментальной обратной связи – также полезные качества коммуникаций в Интернете. Не всегда эти функции легко удастся технически реализовать на официальном сайте. Кроме того, привести аудиторию на свой сайт – это отдельная и весьма сложная задача и отдельный бюджет. Поэтому все чаще и чаще создаются корпоративные блоги и сообщества в популярных сетях.

#### **Цели создания группы библиотеки:**

Страница группы в социальной сети становится:

– средством оптимизации связи с пользователями библиотеки, и широкой общественностью, интересующейся услугами Научной библиотеки ЮУрГУ и ее деятельностью в целом;

– средством развития внутрикорпоративных связей путем привлечения сотрудников библиотеки к наполнению блога, а также информированию коллектива о событиях, планах, новых услугах и других направлениях деятельности библиотеки.

#### **Задачи:**

– повышение имиджа Научной библиотеки в глазах ее пользователей и общественности в целом, вызвать доверие и уважение;

– популяризация услуг Научной библиотеки с целью их оптимизации, обмена опытом;

– получение оперативной обратной связи;

– повышение обращаемости к сайту и посещаемости библиотеки.

Проект рассчитан как на внутреннюю, так и на внешнюю аудиторию. К внутренней аудитории относится персонал Библиотечно-Информационного Комплекса Научной библиотеки ЮУрГУ. К внешней аудитории относятся пользователи библиотеки, партнеры и коллеги из других библиотек, а также читатели интересующиеся деятельностью Научной библиотеки ЮУрГУ.

#### **Площадка для размещения:**

«ВКонтакте» – это сетевой проект, который помогает людям высказываться и находить слушателей. Вы можете общаться с широким кругом интересных людей или поддерживать связь с друзьями и близкими.

Задача «ВКонтакте» – в каждый отдельно взятый момент оставаться наиболее современным, быстрым и эстетичным способом общения в сети.

«ВКонтакте» – самая популярная социальная сеть в России.

- \* На сайте зарегистрировано более 100 миллионов пользователей.
- \* Более 23 000 000 пользователей заходят на сайт каждый день.
- \* Около 65% посетителей проживают в России.
- \* 25% посетителей – из Москвы, 18% – из Санкт-Петербурга.
- \* 58% посетителей старше 25 лет.[8]

Согласно проведенному опросу среди студентов 3-го курса различных факультетов ЮУрГУ в мае 2010 года большинство респондентов предпочли электронную рекламу о ресурсах библиотеки в виде баннеров в социальных сетях, а именно «ВКонтакте» (19,9%).

По результатам опроса «О предпочтениях в интернет-рекламе» респонденты в меньшей степени склонны не получать информирование подобными средствами коммуникации – 34%, остальные распределили свои предпочтения в следующем соотношении: email-рассылка – 23,9%, баннеры на сайте НБ ЮУрГУ и в социальной сети «ВКонтакте» – по 19,9% соответственно, бегущая строка на сайте – 13,6%, баннеры в Блоги@Mail – 4,5%, Livejournal – 4%, Twitter – 2,3%. Ведущим предпочтением студентов ЮУрГУ стало размещение баннеров в социальных сетях – 30,7% (лидер «ВКонтакте» – 19,9%). Что неоспоримо доказывает необходимость освоения области социальных сетей и/или блогов сотрудниками НБ ЮУрГУ для дальнейшего развития сотрудничества со студенческой аудиторией, информированием её о библиотечных услугах и привлечением в библиотеку как в организацию, которая соответствует современным тенденциям получения информации у студенчества.

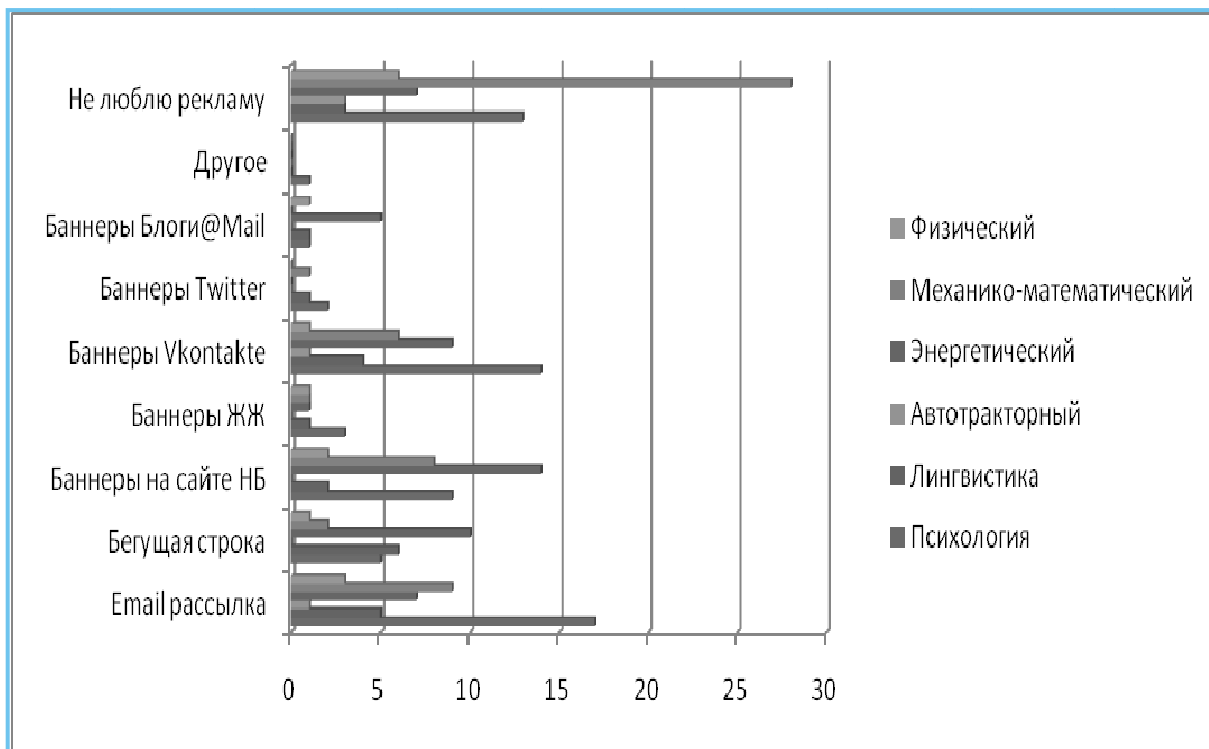
Социальная сеть «ВКонтакте» уже имеет почти 1000 групп о ЮУрГУ. В одной из самых многолюдных «Связанные с ЮУрГУ» зарегистрировано более 11 000 участников. Достижение поставленных целей и задач в столь разнообразной и единой площадке для общения предполагается наиболее эффективным.

В зависимости от того, в какой среде нас ожидают увидеть студенты необходимо разрабатывать контент проекта. В сети «ВКонтакте» нельзя вести журнал с полноценными публикациями, но есть возможности для тематических форумов.

Ориентировочными направлениями публикаций могут стать:

- новости библиотеки (комментарии к официальной публикации на сайте) и всего библиотечного мира (например, переводные статьи из зарубежных СМИ),
- представление электронных и печатных новинок,
- исторические справки о библиотеке и ее проектах,
- дискуссионные вопросы,
- интересный опыт библиотек,
- инновационная деятельность,
- информирование об услугах,

- информирование о деятельности библиотеки (мероприятия и др.),
- видео-, фоторепортажи.



Результаты опроса «Предпочтения в интернет-рекламе»

В отличие от официального сайта библиотеки стилистические особенности блога должны носить не официальный, а доверительный характер. Этого можно достичь путем прямых персонифицированных диалогов на языке читателя, оперативного отклика блогера на вопросы и мнения читателей, уважения их взглядов и оценок. Доверительность также достигается путем ненавязчивых советов компетентного специалиста в информационной среде, совместных обсуждений с читателями проблемных вопросов, сбора мнений и советов от читателей и т. д.

Материал необходимо подавать интересно в соответствии с профессиональными и этическими нормами, а также с соблюдением правил орфографии и пунктуации. Заголовок сетевой публикации должен формулироваться с учетом запросов читателей в поисковых машинах. В тексте и заголовке желательно упоминать названия и имена для привлечения дополнительных потоков посетителей.

Современные социальные сети – это многомиллионная аудитория, к тому же объединенная в тематические пользовательские группы. А интеграция сайта и соцсетей – это эффективный способ привлечения на ресурс целевых посетителей – потенциальных клиентов, а также популяризации услуг.

На данный момент в социальной сети Вконтакте есть уже множество групп других библиотек, к примеру, группы:

- Российская государственная библиотека,

- Российская государственная библиотека для молодежи,
- Центральная городская детская библиотека им. А.С. Пушкина, г. Санкт-Петербург,
- Научная библиотека Уральского государственного университета,
- Научная библиотека ЮУрГУ.

Большое количество групп библиотек созданы по интересам,:

- Библиотека медицинской литературы,
- Библиотека технической литературы,
- Библиотека художественной литературы и т.д.

Официальным открытием группы Научной библиотеки ЮУрГУ в сети «ВКонтакте» можно считать сентябрь 2010 года. Сейчас в группе насчитывается более 400 участников, основную часть которых составляют студенты, а так же преподаватели университета.

Своеобразным способом модерации является доступность группы только для её участников, в то время как многие группы все таки оставляют открытость группы для любых пользователей соц. сети. Это повышает риск появления в группах различного спама.

Вступить в группу библиотеки можно либо по заявке, которая в течение часа одобряется администраторами, либо по приглашению администраторов группы. Так же существует возможность рекомендовать группу своим друзьям.

Социальная сеть «ВКонтакте» дает возможность «дружить» не только с участниками, отдельными людьми, но и с целыми сообществами, объединенными интересами, учреждениями и т.д.

Наши друзья в группе (названия групп приведены в том виде, в каком они представлены в социальной сети «ВКонтакте»):

- ПС-факультет – ЭТО МЫ: Приборостроительный факультет ЮУрГУ
- ЮУрГУ «Торгово-экономический факультет»: Факультет Коммерции ЮУрГУ
- Автотракторный Факультет: Автотракторный факультет ЮУрГУ
- ЮУрГУ факультет Лингвистики
- «ЮУрГУ/Заочный инженерно-экономический факультет (ЗИЭФ)»
- «ЖурФак ЮУрГУ»
- «★ Международный Факультет★»
- «СиТ-СиЛП-ЮУрГУ♣♥♣»
- «В эфире "Радио ЮУрГУ"»
- «ЮУрГУ-ТВ»: Телерадиокомпания Южно-Уральского гос. университета
- «Leninka\_ru»: Российская государственная библиотека
- «СВЯЗАННЫЕ С ЮУрГУ»: Группа всех, в чьей жизни всегда есть и будет Южно-Уральский гос.университет
- «Научная библиотека УрГУ»: Библиотека Уральского гос. университета

- «Студенческий Парнас (поэтический клуб)»: Литературное объединение ЮУрГУ
- «Профком ЮУрГУ»
- «АРХИТЕКТУРНЫЙ ФАКУЛЬТЕТ ЮУрГУ»
- «Интеллектуальные игры в ЮУрГУ»: Клуб интеллектуальных игр ЮУрГУ!
- «Научное общество студентов Экономики и Финансов ЮУрГУ»
- «СТУДИЯ PREZENTMAN==== Профессиональные презентации POWERPOINT»
- «ЮУрГУ. ЭиУ – мы лучшие :)»: Факультет экономики и управления ЮУрГУ
- «МехТех ЮУрГУ»: Механико-Технологический факультет ЮУрГУ
- «Центр "РУКА ПОМОЩИ"»
- «Хим Фак ЮУрГУ»: Химический факультет ЮУрГУ
- «Аспирантура ЮУрГУ\*»

Такой раздел группы, как «Фотоальбомы» позволяет создавать бесконечное количество альбомов по тематикам, так можно просмотреть фотографии с мероприятий, проходящих в библиотеке или с участием библиотеки, архивы выставок, фото наших залов, абонементов, а так же библиотечных услуг.

В разделе «Видеозаписи» мы размещаем новости о библиотеке, репортажи с мероприятий, в которых участвовала библиотека.

Благодаря Радио ЮУрГУ пополняется раздел «Аудиозаписи», сотрудники радио предоставляют нам записи программ, обзоров, реклам Научной библиотеки.

Как говорилось ранее «ВКонтакте» позволяет общаться на различные интересующие темы, как на форуме. Создать или найти уже созданную тему можно в разделе «Обсуждения», там же можно создать опрос, позволяющий выяснить ту или иную информацию.

Наши опросы:

- Какая форма чтения вам больше нравится?
- Какой отдел библиотеки вам больше всего нравится посещать (в комментариях укажите, пожалуйста, почему)?
- Какие книги вы предпочитаете читать на досуге?

Очень часто участники в нашей группе ищут определенную книгу, если, например, забыли название, но помнят автора или содержание, интересуются теми или иными услугами. Мы стараемся помочь каждому. Обратиться с вопросом, просьбой или рекомендацией участники могут в обсуждения (темы), а так же написать личное сообщение руководителям (администраторам) группы или в микроблог.

В группе существуют разделы, дублирующие некоторые страницы сайта, такие как Режим работы, электронная библиотека, электронный каталог, расположение библиотеки и контакты. На главной странице группы разме-



щаются свежие новости, графики обслуживания студентов и графики лекций. Существует архив новостей.

Также Вы можете пользоваться флеш-приложениями и программами, размещенными «ВКонтакте», для успешной работы которых, требуют добавления на личную страничку пользователя, и разрешения доступа к личной информации пользователя. Однако опасаться за сохранность личной информации не стоит так, как на сайте предусмотрены специальные методы защиты. К примеру, существует приложение под названием «Я читаю», участники, добавившие себе это приложение на страницу, могут вести своеобразный список прочтенных книг или книг, которые очень бы хотели прочитать, а может быть, и не советовали вообще.

Свою страницу или группу на «ВКонтакте» возможно посещать через мобильный телефон, для этого создана специальная мобильная версия сайта. Это позволяет бесплатно (оплатив только интернет-трафик) общаться со своими друзьями, задавать вопросы на интересующие темы мобильно, а так же быть в курсе новостей у друзей и в группах.

Социальные сети сегодня – один из инструментов, которые нам предлагает интернет. У этого информационно-коммуникативного ресурса большое будущее. Социальных сетей становится все больше, а границы их действия расширяются и открывают новые возможности.

Информационная среда, сформированная за счет социальных сетей и блогов, – интерактивная зона с огромным потенциалом. Это неотъемлемый элемент PR-деятельности компаний, большие возможности для маркетинговых исследований и поиска интересных, актуальных идей и решений [9].

В целом весь потенциал **социальных сетей** ещё до конца не исчерпан. Те библиотеки, которые раньше начнут принимать участие в подобных сетях будут иметь большее преимущество, им будет проще применять те или иные возможности социальных сетей. Пользоваться или нет – выбор каждого. Надеюсь, я помогла вам немного сориентироваться в этой относительно новой сфере.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Classmates: социальная сеть (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://Classmates.com>
2. Facebook: социальная сеть (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://www.facebook.com>
3. Tim O'Reilly – What Is Web 2.0 // Компьютерра. – 2005, № 37 (609), 38 (610)
4. Tim O'Reilly . Движение в новую реальность. (Электронный ресурс) – Режим доступа: <http://habrahabr.ru/blogs/htranslations/30877/>.
5. Анисимов М. Что такое социальные интернет-сети. (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://21cent.ru/7>

6. Библиотечные штучки: самое интересное о библиотеках и не только (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://blog.shikate.ru>
7. Википедия: Свободная энциклопедия. (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>
8. ВКонтакте: социальная сеть (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://www.vkontakte.ru>
9. Кольцо библиотечных групп ВКонтакте: Идеи пойманные в сети (электронный ресурс). – Режим доступа: <http://ideaslibrary.blogspot.com/>
10. Одноклассники: Социальная сеть (Электронный ресурс). – Режим доступа: <http://www.odnoklassniki.ru>
11. Таранов А. Что такое web 2.0? (Электронный ресурс) // ШколаЖизни.ру: познавательный журнал. – 2007. – Режим доступа: [использования web 2.0](http://www.shkolazhizni.ru).
12. Шишкин Ю. В. Технологии Web 2.0 как инструмент формирования современного имиджа библиотеки. // Библиотековедение. – 2010. – № 3. – С. 45–50.