

## **СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ ДЛЯ БИБЛИОТЕК**

*Юрик И. В., г. Минск*

Характерной особенностью современного этапа развития библиотечного дела в Беларуси стало массовое внедрение в практическую деятельность библиотек информационно-коммуникационных технологий (ИКТ). Процессы компьютеризации обусловили совершенствование качества обслуживания пользователей в самих библиотеках и расширили сферу информационного обслуживания за ее пределами. Это позволило существенно усилить информационную, коммуникационную, образовательную, социализирующую и культурно-просветительскую роль библиотек в современном обществе. Понятие роли трактуется как характер и степень участия.

Вместе с тем, осуществление сущностных социальных функций библиотеки сопряжено сегодня с определенными трудностями, среди которых: сокращение бюджетного финансирования библиотечной деятельности; усиление конкуренции со стороны коммерческих информационных структур, занимающихся хранением, переработкой и предоставлением электронной информации; распространение современных интернет-систем и др. В связи с этим, одним из ключевых факторов успеха, обеспечивающим библиотекам стабильность в долгосрочной перспективе, становится понимание маркетинга как философии управления.

Особое значение приобретают процессы, способствующие повышению результативности маркетинговой деятельности библиотек, в том числе коммуникационные процессы. Следует отметить, что маркетинговым коммуникациям, направленным на поддержание постоянных контактов с рынком в целях распространения сведений о библиотеке, её фондах, ресурсах, продукции и услугах, принадлежит ведущая роль в формировании, поддержании и развитии долгосрочных партнерских отношений с пользователями, повышении эффективности процессов сбыта её ресурсов, поддержании положительного имиджа библиотеки.

Основной проблемой в организации маркетинговой деятельности в библиотеках в настоящее время является недостаток бюджета, имеются в виду не только ограниченные финансовые ресурсы, но и дефицит персонала сферы маркетинга. В связи с этим, актуальность приобретает поиск в

направлении наиболее эффективных технологий маркетинговых коммуникаций для библиотек, удовлетворяющих условиям ограниченного бюджета и отличающихся нестандартным характером.

Таким характеристикам соответствует один из наиболее динамично развивающихся коммуникационных каналов Интернета – социальные медиа. Этот всеобъемлющий термин используется для описания новых форм коммуникаций. С точки зрения технологической составляющей в общем виде социальные медиа – это интернет-приложения, основанные на идеологической и технологической базе Web 2.0, позволяющих пользователям создавать контент и обмениваться им.

Технологии и сервисы Web 2.0, которые в значительной степени ориентированы на коллективную функциональность, взаимодействие с пользователями, социальные сети и коллективный доступ, предлагают библиотекам уже готовые инструменты для построения горизонтальной модели взаимодействия с пользователями, которая носит взаимный, равноправный характер и основана на гуманистических позициях общечеловеческого характера.

Белорусские библиотеки используют социальные медиа в качестве канала продвижения библиотечно-информационных ресурсов и услуг, для создания и развития собственных информационных площадок, проведения различных интерактивных акций (вебинаров, опросов пользователей, игр и др.), для персонального брендинга (продвижение личных профайлов руководителей и сотрудников библиотек, развитие профессиональных связей и т.д.). И, наконец, интеграция библиотечных сайтов с социальными сервисами способствует улучшению имиджа сайта библиотеки, привлечению на сайт посетителей (трафика), индексированию сайта поисковыми системами и увеличению количества внешних ссылок на сайт.

Следует отметить, что социальные медиа открывают новые возможности для библиотек, которые позволяют нестандартными способами донести до пользователей свои ценности и идеи, увеличить спрос на библиотечно-информационные услуги, вовлечь в библиотечное обслуживание новые категории пользователей, формировать положительный образ библиотеки в обществе как современного информационного учреждения, играющего важную роль в развитии образования, науки и культуры.