

П. В. Лымарь

## ДИСТАНЦИОННОЕ БИБЛИОТЕЧНОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ НА ОСНОВЕ ВИДЕОХОСТИНГА YOUTUBE

Основной задачей библиотек является сохранение культурного богатства, а одной из основных функций — отражение различных взглядов и мнений, содержащихся во всевозможных литературных источниках. Но из-за появления Интернета в повседневной жизни человека библиотеки частично потеряли свою востребованность, так как в Сети можно отыскать в открытом доступе как художественную литературу, так и отраслевую, но не всегда достоверную. Человеку проще включить компьютер и мгновенно найти требуемую информацию через интернет-браузер, чем планировать посещение библиотеки.

Данная ситуация поставила библиотеки в условия расширения формата обслуживания читателей, и они стали активно развивать дистанционное обслуживание пользователей при помощи Интернета. В настоящее время в библиотеках активно используются информационные технологии, позволяющие дистанционно контактировать с читателями. На сайтах библиотек появились виртуальная справочная служба, возможность общения с читателями по электронной почте, электронная доставка документов, онлайн-заказ литературы. Если зайти на сайт любой крупной библиотеки, то можно увидеть разнообразие различных библиотечных продуктов и услуг, таких как виртуальные выставки, экскурсии, викторины и иные библиотечные продукты, сделанные для читателей, которые по каким-либо причинам не могут или не хотят прийти в библиотеку, но нуждаются в получении определённых библиотечно-информационных услуг.

Библиотеки достаточно давно ведут активную деятельность в Интернете и развивают новые направления, поэтому освоение библиотеками социальных сетей было неизбежной закономерностью. Использование библиотеками видеохостинга YouTube, который также позиционирует себя как вид социальной сети, нашло большой отклик у читателей и пользователей и открыло новые возможности в удовлетворении читательских потребностей пользователей в Интернете. Благодаря дистанционному обслуживанию работа библиотеки становится доступной для каждого человека, независимо от его места нахождения, при наличии доступа к Интернету.

Последние пять лет областные/краевые универсальные научные библиотеки Дальневосточного федерального округа развивают свою деятель-

ность по организации дистанционного информационно-библиотечного обслуживания при помощи видеохостинга YouTube. Выбор данной платформы для размещения своих информационных мультимедийных продуктов обусловлен её универсальностью — данный видеохостинг занимает второе место по количеству посещений в мире и удобен при его взаимодействии с социальными сетями. Но активным развитием этого направления библиотеки занялись лишь в 2020 году, во время пандемии, когда из-за неблагоприятной эпидемиологической обстановки в стране учреждения культуры, в том числе и библиотеки, были закрыты для посещений. Если раньше на YouTube-каналах библиотек видео выкладывались в хаотичном порядке и с перерывами в полгода-год, то в период закрытия учреждений культуры во время пандемии в 2020 году и после снятия жёстких мер для данных учреждений видеоролики на каналах стали выкладываться постоянно, а сами каналы приобрели структуру и направление развития дистанционного обслуживания удалённых пользователей.

Данное направление по организации дистанционного обслуживания удалённых пользователей не прекратилось и ведётся по сей день, так как именно во время закрытия библиотек для посещений была выявлена актуальность и востребованность такой формы обслуживания.

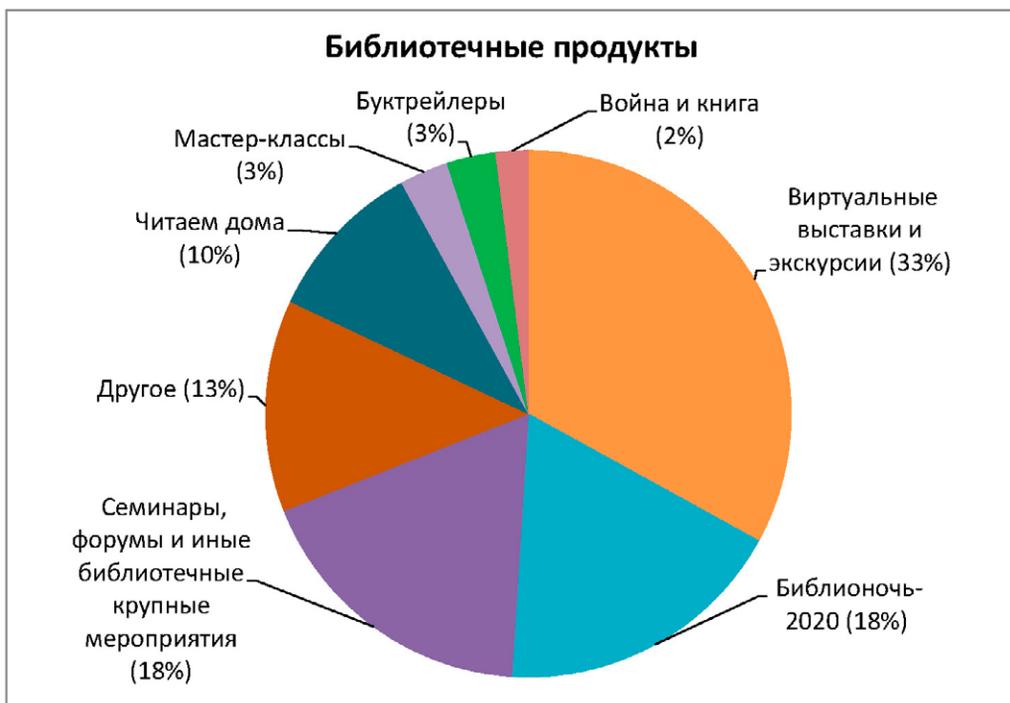
Но, если говорить начистоту, библиотечные YouTube-каналы неопрятны, плохо структурированы, а сами видео плохого качества, снятые и смонтированные «на коленке», при этом всё за частую ещё и с сомнительным содержанием. Конечно, всегда можно сказать, что библиотекари не великие сценаристы, режиссёры и монтажёры, но на видеохостингах и в социальных сетях мы видим блогеров, которые тоже не являются таковыми, и при этом их контент востребован и качественно сделан. Поэтому можно сделать вывод, что, во-первых, сотрудники библиотеки (исполнители) не заинтересованы в развитии данного направления удалённого библиотечного обслуживания, во-вторых, не имеют технических возможностей, так как для создания качественного видеоконтента нужно дорогое специализированное оборудование, которым библиотеки не обладают, а в-третьих, у библиотек нет полноценного подробного плана развития социальных сетей и видеохостинга в частности.

Также хочется отметить, что основная масса заинтересованных удалённых пользователей являются работниками других библиотек, что не решает проблему удовлетворения читательских потребностей реальных удалённых пользователей. Такая закономерность объясняется требованием

вышестоящего руководства к высоким показателям любого направления работы библиотеки, независимо от стадии развития. Для популярности и востребованности YouTube-канала необходимо определить его направление по работе с удалёнными пользователями, проводить большую рекламную кампанию, в конце концов, обучить сотрудников. Но для всего вышесказанного требуется хорошо проработанный план развития, который в условиях пандемии было невозможно ни создать, ни реализовать.

Сейчас библиотеки ДФО уже знают, чем, как и с какой периодичностью пополнять свой канал, но выявлено это было методом проб и ошибок, хотя и такого опыта, на наш взгляд, всё равно недостаточно для успешного ведения каналов.

Например, при исследовании организации дистанционного библиотечного обслуживания краевыми/областными универсальными научными библиотеками ДФО на основе видеохостинга в период с апреля по май 2020 года было выявлено, что наиболее популярным направлением деятельности являются виртуальные выставки и экскурсии, а самым непопулярным — буктрейлеры. Это показывает очередную дублируемость информационных библиотечных продуктов с сайта, а продукция, которая непосредственно должна располагаться на видеохостинге, почти не создаётся.



Также при контент-анализе было выявлено, что по целевому назначению все видеоролики можно разделить на шесть видов, а именно:

- просветительские (41%);
- популяризация книги и чтения (33%);
- популяризация библиотеки (10%);
- продвижение библиотечных мероприятий (7%);
- продвижение библиотечных услуг (4%);
- обучающие (3%).

И такие показатели указывают на то, что библиотеки стараются расширить ассортимент своих электронных услуг и продуктов при работе с удалёнными пользователями.

Вместо вывода можно сказать, что для качественной работы библиотеки в интернет-пространстве с видеохостингами специалистам необходимо создавать подробный план по работе и развитию своего канала, развивать не только собственный профессиональный уровень, но и материально-техническую и информационную базу учреждения, потому что дистанционное обслуживание пользователей Интернета при помощи видеохостинга YouTube открыло новые теоретические и практические представления о работе с удалёнными пользователями и дружественными организациями в целях дальнейшего развития и популяризации данного направления.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Библиотечная энциклопедия / Рос. гос. б-ка ; гл. ред. Ю. А. Гриханов ; сост.: Е. И. Ратникова, Л. Н. Уланова. — Москва : Пашков дом, 2007. — 1300 с.
2. Вохрышева, М. Г. Информационная культура и медиаинформационная культура: динамика развития / М. Г. Вохрышева // Модернизация культуры: от человека традиции к креативному субъекту : материалы V Междунар. науч.-практ. конф. : в 2-х ч. Самара, 29–30 мая 2017 г. / под ред. С. В. Соловьёвой, В. И. Ионесова, Л. М. Артамоновой. — Самара, 2017. — Ч. 2. — С. 18–23.
3. Вохрышева, М. Г. От информационной компетентности — к медиаинформационной / М. Г. Вохрышева // Восьмые Азаровские чтения. Библиотека. Культура. Общество : материалы Всерос. науч.-практ. конф. с междунар. участием, Самара, 20 окт. 2017 г. / под ред. И. Ю. Акифьевой. — Самара, 2018. — С. 69–76.
4. Гендина, Н. И. Библиотека в едином информационном пространстве: необходимость создания электронных путеводителей по интернет-ресурсам / Н. И. Гендина, Н. И. Колкова // Науч. и техн. б-ки. — 2018. — № 7. — С. 43–59.

5. Лаврик, О. Л. Информационно-коммуникационные каналы и научные библиотеки / О. Л. Лаврик, В. А. Глухов // Идеи и идеалы. — 2020. — Т. 12, № 1/2. — С. 232–247.

6. Леонтьев, А. А. «Ядерный» потенциал «информационного взрыва» / А. А. Леонтьев // Науч. и техн. б-ки. — 2017. — № 9. — С. 94–103.

7. Миллер, М. YouTube для бизнеса. Онлайн видео-маркетинг для любого бизнеса / М. Миллер. — Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 304 с.

8. Савкина, С. В. Мультимедийные продукты библиотек как средства привлечения детей к чтению / С. В. Савкина, Ю. В. Жегульская // Библиотековедение. — 2019. — Т. 68, № 4. — С. 363–373.

9. Савкина, С. В. Электронные выставки библиотек: технология подготовки и оценки качества : учеб.-практ. пособие / С. В. Савкина. — Москва : Литера, 2016. — 120 с.

10. Савкина, С. В. Электронные книжные выставки как мультимедийный продукт / С. В. Савкина // Труды ГПНТБ СО РАН. — 2011. — № 2. — С. 346–350.

*Диаграмма предоставлена автором.*