

Створення комунікаційних політик:
формування образу університетської бібліотеки
за допомогою соціальних мереж і сайту

Олександра Листопад,
відповідальна за комунікацію Наукової бібліотеки Національного
університету «Києво-Могилянська академія»

Про що йдеться

Влітку 2018 були розроблені Комунікаційні політики Наукової бібліотеки НаУКМА, які регулюють ведення інформаційних каналів бібліотеки.

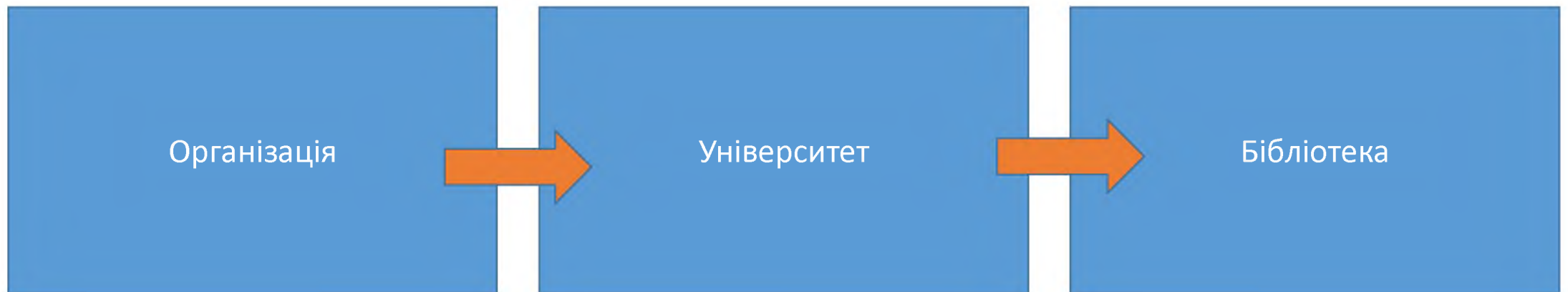
Інформаційні канали бібліотеки – джерела та засоби поширення інформації, за допомогою яких бібліотеки здійснює комунікацію.

В основному йдеться про сторінки бібліотеки в соціальних мережах та сайт.

Бібліотека як складова університету

Образ бібліотеки, її комунікація в ньому – впливає на образ університету і його комунікацію.

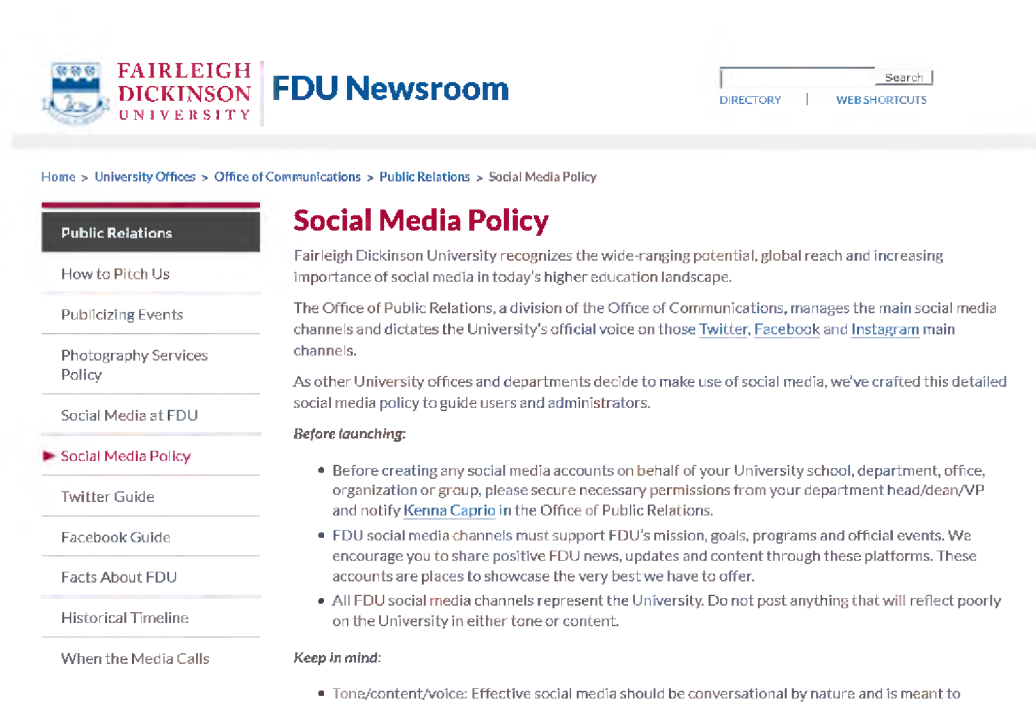
Піар – це політика **організації** (компанії, персони), скерована на побудову правильних комунікацій між організацією і цільовими аудиторіями, що має завдання налагодити стійкі стосунки, довіру, взаєморозуміння, змінити погляди і поведінку цих аудиторій [1]



Підходи закордонних університетів та їхніх бібліотек

Комунікаційні політики університетів (Університет Ферлі Дікінсона, Університет Чикаго) містять вимоги:

- дотримуватися законодавства країни
- дотримуватися комунікаційних політик університету
- власні правила до комунікації бібліотеки / університету
- університети закликають всі підрозділи (зокрема бібліотеки) дотримуватися загальних правил



The screenshot shows the Fairleigh Dickinson University Newsroom website. The header includes the university logo, the name 'FAIRLEIGH DICKINSON UNIVERSITY', and 'FDU Newsroom'. There is a search bar and navigation links for 'DIRECTORY' and 'WEBSHORTCUTS'. The breadcrumb trail reads: 'Home > University Offices > Office of Communications > Public Relations > Social Media Policy'. A left sidebar menu lists various pages, with 'Social Media Policy' highlighted in red. The main content area is titled 'Social Media Policy' and contains the following text:

Fairleigh Dickinson University recognizes the wide-ranging potential, global reach and increasing importance of social media in today's higher education landscape.

The Office of Public Relations, a division of the Office of Communications, manages the main social media channels and dictates the University's official voice on those [Twitter](#), [Facebook](#) and [Instagram](#) main channels.

As other University offices and departments decide to make use of social media, we've crafted this detailed social media policy to guide users and administrators.

Before launching:

- Before creating any social media accounts on behalf of your University school, department, office, organization or group, please secure necessary permissions from your department head/dean/VP and notify [Kenna Caprio](#) in the Office of Public Relations.
- FDU social media channels must support FDU's mission, goals, programs and official events. We encourage you to share positive FDU news, updates and content through these platforms. These accounts are places to showcase the very best we have to offer.
- All FDU social media channels represent the University. Do not post anything that will reflect poorly on the University in either tone or content.

Keep in mind:

- Tone/content/voice: Effective social media should be conversational by nature and is meant to

Як краще вивчити комунікацію свого університету

1. Комунікаційні політики університету (якщо є).
2. Перегляд стратегії, місії, візії, цінностей університету
3. Перегляд сторінок університету в соціальних мережах, рекламних кампаній, сайту.
4. Консультування зі співробітниками піар-відділу університету.

Комунікація Києво-Могилянської академії

Візія Національного університету «Києво-Могилянська академія»:

«НаУКМА є лідером в інноваціях й активно впливає на майбутнє українського суспільства і держави. У НаУКМА органічно поєднуються наукова діяльність, освітній процес і набуття практичних навичок найвищої якості. НаУКМА є престижним, визнаним міжнародною академічною спільнотою, дослідницьким університетом» [2].

Місія:

«Національний університет «Києво-Могилянська академія» є класичним університетом, що створює, зберігає та поширює знання у природничій, суспільній, гуманітарній і технічній наукових сферах» [2].

Комунікація Києво-Могилянської академії

The screenshot shows the Facebook profile of the National University of Kyiv-Mohyla Academy. The profile picture is the university's crest. The cover photo features a blue and white mural with the text "М подати документи до Могилянки". The page includes a navigation menu on the left with options like "Головна", "Інформація", "Світлини", "Відгуки", "Події", "Відео", "Дописи", "Спільнота", and "Info and Ads". The main content area shows a "Create Post" section, a "Світлини" section with a photo of students, and a "Спільнота" section with a map and contact information.

Національний університет "Києво-Могилянська академія" @naukma

Головна
Інформація
Світлини
Відгуки
Події
Відео
Дописи
Спільнота
Info and Ads

Створити сторінку

Вподобано Відстежується Поширити Надіслати повідомлення

Create Post
Напишіть допис.

Світлини/Відео Позначити д... Відмітитися

Світлини

М подати документи до Могилянки

Спільнота
Запросіть своїх друзів вподобати цю сторінку
13 250 людей вподобали це
13 898 людей стежать за цим
Ірина Адаманова та 89 інших друзів вподобали це або побували тут

Інформація
вул. Г. Сковороди, 2
Kyiv, Ukraine 04655
Отримати вказівки
044 425 6059
Зазвичай відповідає впродовж кількох годин
Надіслати повідомлення
www.ukma.edu.ua

Цінності:

- Могилянська спільнота
- Особистість
- Гуманізм
- Креативність
- Лідерство
- Якість
- Національна свідомість
- Демократія
- Активна громадянська позиція

Образ НаУКМА в комунікації

- тяглість традицій і згуртованість спільноти
- співпраця та обмін досвідом, наука міжнародного рівня
- виховання активних свідомих громадян, мислячих, творчих особистостей, що здатні започатковувати ініціативи.

Комунікація і університетська бібліотека

Бібліотека як підрозділ університету забезпечує студентів і викладачів необхідними для навчання матеріалами, допомагає підтримувати високий рівень освіти, бере участь у житті університетської спільноти, взаємодіє з:

- студентами
- викладачами
- співробітниками
- адміністрацією
- моголянськими організаціями
- видавцями
- університетами
- бібліотеками
- абітурієнтами
- спонсорами

Комунікація бібліотеки НаУКМА

Місія Наукової бібліотеки НаУКМА:

«Ми - Бібліотека, яка сприяє створенню, розвитку та розповсюдженню знань, готує відомих випускників та вчених, які здатні впливати на світову спільноту» [3]

«Бібліотека підтримує навчальний та дослідницький процес в університеті, забезпечуючи користувачів книгами, журналами, базами даних та іншими типами інформації; пропонуючи загальні та спеціальні бібліотечні приміщення для навчання та доступу до інформації, допомагаючи дослідникам, навчаючи основам інформаційної грамотності, забезпечуючи індивідуальні, групові й онлайн-довідкові консультації» [3]

Комунікація бібліотеки НаУКМА

Бібліотека НаУКМА:

- взаємодіє з могилянською спільнотою, а отже, підтримує цінності, притаманні їй; одна з цілей Бібліотеки - «створення позитивного іміджу Могилянської бібліотеки як частини НаУКМА» [3].
- дотримується Законодавства України з питань авторського права, зокрема Закону про авторське право і суміжні права від 23 грудня 1993 року
- підтримує рух Open Access (під час розміщення матеріалів бібліотеки на хостингах)

Комунікація бібліотеки НаУКМА

Університет – це зібрання розумних людей
(Томас Карлейль)

Укр | Eng |

WordPress Facebook Twitter LinkedIn YouTube RSS Email YouTube Instagram Google+ Person

Головна Послуги та сервіси Фонди та колекції Е-ресурси Дослідники Новини Про бібліотеку

Новини бібліотеки

31.10.2018
Для слухачів курсу "Вступ до
Могиллянських студій" 2018/2019 н.р.

30.09.2018
Буклет першоскурника 2018

12.09.2018
Мистецька виставка колекції Віри
Вовк у Могиллянській бібліотеці

10.09.2018
Дарунки з бібліографічного ярмарку

е-Каталог е-Колекція е-Архів Цифрова бібліотека

Знайти в каталозі видання з фонду бібліотеки

Що шукаємо?
Всі поля

Розширений пошук

Година роботи

Бібліотека Антоновичів
Пн.-Чд. 8.30-20.30

Довідка

Запитання та відповіді

«PR-діяльність у мережі Інтернет бібліотека ВНЗ може проводити за допомогою створення та підтримання власного веб-сайту, блогів та мікроблогів, участі у веб-форумах, соціальних мережах (...)» [7]

Комунікація бібліотеки НаУКМА

Практичні цілі використання соціальних мереж і сайту:

- інформуємо про тренінги, розмовні клуби, презентації в бібліотеці
- повідомляємо про книжкові надходження
- надаємо консультації дослідникам (робота з наукометричними та передплаченими базами даних)
- надаємо онлайн-довідку щодо користування бібліотекою
- поширюємо новини з життя спільноти університету

Складники образу бібліотеки НаУКМА

1. Бібліотека є консультаційним центром для дослідників
2. Бібліотека покращує якість і доступність ресурсів
3. Бібліотека знає про і бере участь в культурних подіях
4. Бібліотека НаУКМА – університетська бібліотека (підтримка цінностей Академії).

Визначення аудиторії і її потреб

- 1) Аналіз категорій читачів
- 2) Опитування користувачів
- 3) Перегляд статистики існуючих соціальних мереж

Найпопулярніші дописи Facebook НБ НаУКМА 2016 року за вподобаннями: топ-10 + бонус

	Тема	Вподобань	Дата
1.	Букаша нині на зміні (бібліотечний кіт)	396	24.04.2016
2.	Свято народження родини: весілля в Бібліотеці	309	20.08.2016
3.	SCDA16: фотоальбом	219	1.04.2016
4.	Презентація Тетяни Ярошенко на 4-й Міжнародній конференції "Наукова комунікація в цифрову епоху"	219	18.03.2016
5.	Імена науковців, що отримали премії за публікації у наукових журналах	167	24.06.2016
6.	Відвідини бібліотеки Мариною Порошенко: посилання на фоторепортаж	142	15.02.2016
7.	#НовіНадходження "Основи біохімії за Ленінджером" перекладено українською	140	9.06.2016
8.	Флешмоб #ПригодиГарріПоттера «Гаррі Поттер в системі інформаційних ресурсів бібліотеки»	122	27.04.2016
9.	Розіграш «Гаррі Поттер і прокляте дитя»	107	3.10.2016
10.	Подія: 4-та міжнародна науково-практична конференція «Наукова комунікація в цифрову епоху»	104	16.01.2016
Бонус	Про Web of Science та домашній затишок. Читайте на нашому блозі	65 + 18 поширень	26.01.2016

Визначення аудиторії і її потреб

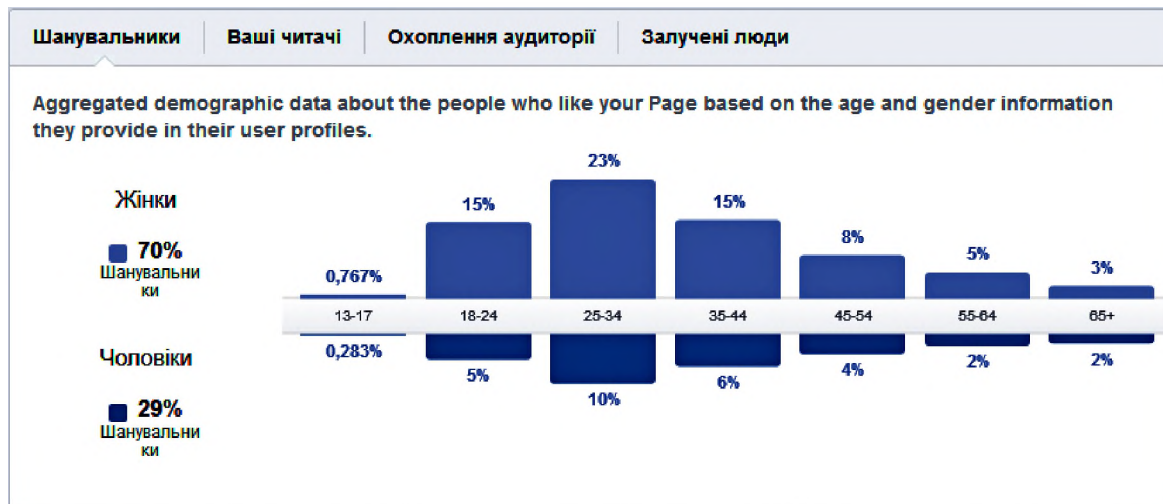
Проект комунікаційних політик Наукової бібліотеки НаУКМА:
«Основними адресатами комунікації Бібліотеки є науковців, студенти, партнери, спонсори та абітурієнти» [5]

	Назва	Переглядів
1	Більше не в Scopus, або не індексуванням єдиним	9847
2	Як робити посилання на соцмережі в наукових та творчих роботах	2574
3	Перші пам'ятки слов'янського письменства: чарівність факсиміле	532
4	Читання під сонцем: які книги взяти на відпочинок?	360
5	Матеріали до курсів: як надіслати і використовувати	127
6	Дні науки: карта дослідника	110
7	Як отримати доступ до Web of Science, не виходячи з дому?	106
8	TBIS — сервіс для відслідковування світових наукових видань	99
9	Бібліотечний простір "розфарбовано!"	79
10	Обговорення тривалості роботи бібліотеки	77
11	Книжка за книжкою: новинки КА в Могилянській бібліотеці	68
12	Книжка за книжкою-2: успіх і цінності	65
13	Вибач, картопелько: що робити в місті 6-8 травня	55
14	Про Боба Дилана, парадоксальність і поезію рок-покоління: Сергій Іванюк і Ростислав Семків коментують Нобелівську премію	52
15	5 серіалів з бібліотекарями в головній ролі	51

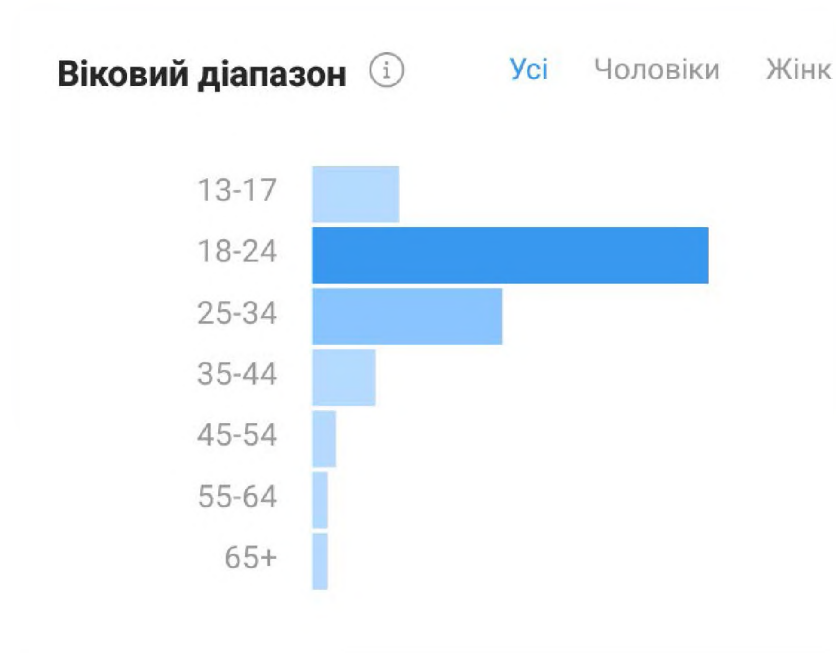
Статистика блогу бібліотеки НаУКМА
на Wordpress за 2017-й рік

Вибір комунікаційних каналів

Facebook 2017



Instagram, вересень 2018



Вибір комунікаційних каналів

Звідки відвідувачі НБ НаУКМА дізнаються про події (усне опитування учасників заходів): викладачі – Facebook, студенти – розсилки кафедр і «Та Могилянка», telegram КМА Today, друковані оголошення.

Найпоширеніші джерела інформації серед студентів: досвід студентських організацій НаУКМА – Студентська Колегія, інформаційний канал «КМА Today», освітня студія «Підземка», а також усне опитування першокурсників:

- 1) Telegram
- 2) Instagram
- 3) Facebook і розсилки

«Інформаційні канали Бібліотеки – джерела та засоби поширення інформації, за допомогою яких Бібліотека здійснює комунікацію» [4].

- основні – веб-сайт, електронна розсилка, друкована інформаційна продукція
- додаткові – власні активні сторінки Бібліотеки в соціальних мережах
- допоміжні – інформаційні канали інших організацій та підрозділів університету

Створення проекту комунікаційних політик

У політиках:

- 1) Визначити основні комунікаційні принципи
- 2) Сформулювати перелік каналів та керування ними
- 3) Продумати способи аналізу ефективності каналів (статистичні дані) та коргування управління ними
- 4) Призначити відповідальних.

Внесення змін до політик

Можливі причини внесення змін до політик:

- 1) нові канали, завдяки яким спілкується цільова аудиторія
- 2) падіння охоплення розміщених матеріалів
- 3) нестача ресурсів для підтримання каналів, на яких не приходять нові відвідувачі і знижується зацікавлення матеріалами
- 4) пропозиції від співробітників бібліотеки, університету чи студентів / студентських організацій

Підсумок

Щоб створити комунікаційні політики університетської бібліотеки, слід:

- вивчити комунікацію університету
- визначитися з образом бібліотеки в комунікації
- переглянути аудиторію інформаційних каналів і обрати актуальні
- прописати механізм внесення змін у разі потреби

Джерела

1. 1. Асланов Т. PR-тексты: как зацепить читателя / Тимур Асланов. – Санкт-Петербург [та ін.] : Питер, 2017. – 173, [1] с. – (Маркетинг для профессионалов).
2. Місія і візія НаУКМА. Цінності НаУКМА [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukma.edu.ua/index.php/about-us/sogodennya/pryznachennia-ta-misiia>
3. Чорна Т. В. Стратегія розвитку Наукової бібліотеки НаУКМА 2018-2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/naukmalibrary/20182023>
4. Звіт про роботу Наукової бібліотеки НаУКМА у 2017 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/12576/Zvit_NB_NaUKMA_2017.pdf
5. Комунікаційні політики Наукової бібліотеки НаУКМА.
6. Кулик Є. В. Чинники ефективного використання інформаційно-комунікаційних технологій у практиці бібліотечно-інформаційного обслуговування юнацтва / Є. В. Кулик // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2015. – № 1. – С. 101–108. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2015_1_15.
7. Назаровець М. PR бібліотек вищих навчальних закладів у мережі інтернет / М. Назаровець // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 12. – С. 21–22. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_12_5.

Дякую за увагу!