

БИБЛИОТЕЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ

УДК 027.7 + 021.7 + 021.4

<https://doi.org/10.33186/1027-3689-2026-7-33-53>

Сообщества при университетских библиотеках: опыт работы культурно-просветительского центра Балтийского федерального университета им. И. Канта

О. В. Дудурич

*Балтийский федеральный университет им. И. Канта,
Калининград, Российская Федерация,
olvdudurich@kantiana.ru, <https://orcid.org/0009-0000-3191-8074>*

Аннотация. Статья посвящена культурно-просветительскому центру (КПЦ) Балтийского федерального университета (БФУ) им. И. Канта, работа которого базируется на комплексном подходе, объединяющем инновационный SMM, эффективное управление сообществом и широкое внедрение электронных ресурсов. Привлекательный, вовлекающий контент в социальных сетях, основанный на понимании интересов молодежи и принципах аутентичности, позволяет КПЦ не только продвигать свои услуги, но и формировать лояльное, активное сообщество вокруг университетской библиотеки. Мощная материально-техническая база обеспечивает формирование и предоставление разнообразных электронных ресурсов, доступ к которым интегрирован в образовательный процесс через партнерство с профессорско-преподавательским составом и активное информирование через все доступные каналы, включая медиа. Эти стратегии позволяют КПЦ БФУ значительно повысить удовлетворенность молодежи культурной жизнью университета и укрепить свою позицию как значимого центра в сфере культуры и образования региона, преодолевая конкуренцию за внимание пользователей в условиях насыщенной информационной среды.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, управление сообществами, культурные центры, университетская библиотека, вовлечение аудитории

Для цитирования: Дудурич О. В. Сообщества при университетских библиотеках: опыт работы культурно-просветительского центра Балтийского федерального университета им. И. Канта // Научные и технические библиотеки. 2026. № 7. С. 33–53. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2026-7-33-53>

LIBRARY USER SERVICES

UDC 027.7 + 021.7 + 021.4

<https://doi.org/10.33186/1027-3689-2026-7-33-53>

University library communities: The experience of the Cultural Center at Immanuel Kant Baltic Federal University

Olga V. Dudurich

*Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russian Federation,
olvdudurich@kantiana.ru, <https://orcid.org/0009-0000-3191-8074>*

Abstract. The activities of the Cultural Center at Immanuel Kant Baltic Federal University (BFU) is based on the complex approach integrating innovative SMM, efficient community involvement, and implementation of digital resources. Inspiring and authentic content in social media, based on deep understanding of young adults, enables the Cultural Center not only to promote its services but also to educate its loyal and enthusiastic community of the academic library. The powerful infrastructure enables to provide access to diverse digital resources integrated in the learning process via the partnerships with the faculty and proactive awareness building through every channel available, including media. These strategies of the BFU Cultural Center contribute to the students' cultural satisfaction and strengthen its status as a competitive regional agent in culture and education in the context of saturated information environment.

Keywords: digital marketing, community management, cultural center, academic library, university library, audience involvement

Cite: Dudurich O. V. University library communities: The experience of the Cultural Center at Immanuel Kant Baltic Federal University // Scientific and technical libraries. 2026. No. 7, pp. 33–53. <https://doi.org/10.33186/1027-3689-2026-7-33-53>

Введение

В условиях изменения парадигмы потребления информации роль университетских библиотек претерпевает фундаментальную трансформацию. Традиционная модель библиотеки как закрытого книгохранилища и академического читального зала в современной высшей школе постепенно утрачивает свою монополию, уступая место гибким стратегиям институционального развития. В исследовательской литературе выделяется несколько ключевых моделей вузовских библиотек: информационно-технологическая (доступ к цифровым базам данных), библиотека – коворкинг (пространство для совместной работы), и библиотека – «третье место» (социализация субъектов образовательного процесса).

Выбор стратегии развития определяется не только вектором цифровизации вуза, но и его социокультурной миссией в регионе. Балтийский федеральный университет им. И. Канта (БФУ) в рамках своей деятельности реализует модель культурно-просветительского центра (КПЦ), предполагающую превращение библиотеки в ядро интеллектуальной и общественной жизни университета. КПЦ БФУ формирует активные сообщества – устойчивые объединения студентов, преподавателей и исследователей, вовлеченных в совместную творческую и просветительскую деятельность. Подобный подход позволяет библиотеке стать ключевым актором в формировании социокультурной среды вуза, обеспечивая синергию академического знания и общественных инициатив.

Успешная стратегия цифрового маркетинга и управления сообществами КПЦ БФУ заключается в создании и распространении ценного контента, который привлекает, вовлекает и удерживает аудиторию. Это достигается через активное взаимодействие в социальных сетях и

на других платформах (SMM), использование контент-маркетинга, e-mail-рассылок и поисковой оптимизации (SEO) для повышения узнаваемости и посещаемости. Стратегия КПЦ основана на глубоком понимании целевой аудитории и ее потребностей.

Цель данной работы – теоретическое обоснование и практическая разработка модели трансформации университетской библиотеки в активный культурно-просветительский центр, способствующий формированию устойчивых интеллектуальных сообществ и интеграции академических ресурсов в образовательную среду вуза.

Обоснована концепция библиотеки как медиатора в системе взаимодействия «преподаватель – библиотека – студент», где основной акцент смещается с обеспечения доступа к информации на создание пространства для совместной деятельности и коммуникации. Представлена модель функционирования КПЦ БФУ, которая синтезирует традиционные библиотечные сервисы с активным маркетингом, цифровым просвещением и событийной деятельностью. Выявлена ключевая роль профессорско-преподавательского состава как «амбассадора» в процессе вовлечения студентов в библиотечную экосистему, что позволяет преодолеть проблему низкой посещаемости специализированных курсов.

Формирование электронных ресурсов КПЦ БФУ им. И. Канта

Формирование электронных ресурсов КПЦ БФУ рассматривается не только как техническая задача по обеспечению доступа к информации, но и как стратегический инструмент построения активного академического сообщества. В рамках модели КПЦ цифровая среда библиотеки выступает основой для интеграции образовательных, научных и культурных инициатив университета.

Ключевым вектором в формировании ресурсной базы является обеспечение многоуровневого доступа к российским и международным ЭБС. Комплектование фонда осуществляется на основе системного мониторинга информационных потребностей научно-педагогического состава и обучающихся, что позволяет поддерживать актуальность баз данных на русском и иностранных языках. Особое внимание уделяется интеграции специализированных ресурсов, способствующих развитию

междисциплинарных связей, что критически важно для сетевого взаимодействия внутри университетских сообществ. Для эффективной обработки, хранения, обеспечения доступности и защиты информации, а также для оптимизации использования ресурсов электронных научных библиотек востребованы экономичные и передовые решения в области информационных технологий [1].

Экономически наиболее целесообразным подходом является создание центров обработки данных (ЦОД) и систем хранения данных. Это позволяет централизовать ресурсы, значительно сократить расходы на обслуживание и поддержку инфраструктуры, а также оптимизировать кадровую политику. ЦОД и системы хранения информации предоставляют возможность эффективно управлять большими объемами данных, обеспечивая их сохранность и доступность, способствуя повышению эффективности работы научных библиотек и улучшению качества предоставляемых ими услуг. Количество публикаций непрерывно увеличивается, а платформы для поиска материалов становятся все доступнее [2. С. 92]. Библиотечные ресурсы можно классифицировать по нескольким категориям: традиционные (хранятся на физических носителях), офлайновые (создаются или приобретаются библиотеками для использования внутри системы), электронные цифровые ресурсы (функционируют онлайн).

КПЦ университета формирует и предоставляет пользователям обширный набор электронных ресурсов: во-первых, локальные электронные ресурсы, размещенные на физических носителях, включая электронные документы и издания, размещенные на университетском сервере; во-вторых, локальные сетевые электронные ресурсы, к которым относятся библиографические базы данных, электронные каталоги, а также базы данных полнотекстового, фактографического, статистического, адресного характера; в-третьих, инсталлированные сетевые документы, чаще всего юридического содержания; в-четвёртых, лицензионные удалённые документы, доступные через сеть [3]. Благодаря электронным ресурсам творческий потенциал личности достигает своего пика: результатом работы с источниками информации являются глубокое внутреннее развитие исследователя и обогащение мира новым открытием [4. С. 92].

В данном контексте первоочередное значение приобретает развитие аппаратной инфраструктуры, в частности – обеспечение достаточного количества автоматизированных рабочих мест. Это является необходимым условием как для генерации собственного контента, так и для беспрепятственного использования имеющихся информационных активов.

Следует подчеркнуть, что компьютеризация университетской библиотеки не самоцель. Это технологический инструмент формирования и трансляции электронных ресурсов академическому сообществу. Данная инфраструктура обеспечивает консолидацию локальных фондов библиотеки и её подразделений, интегрирует доступ к внешним библиотечным системам и предоставляет авторизованный выход в глобальное информационное пространство. Таким образом, технологическое оснащение выступает гарантом включения университета в международную сеть научного и образовательного обмена.

Важной составляющей формирования электронного контента является создание собственных цифровых продуктов просветительского характера. В деятельность КПЦ внедрена практика разработки аудиовизуального контента, мультимедийных гидов и интерактивных выставочных проектов, транслируемых через официальные веб-ресурсы и социальные медиа. Подобная диверсификация форматов позволяет трансформировать пассивное потребление информации в активную цифровую коммуникацию. Электронные рассылки и таргетированное информирование в социальных сетях адаптируют библиотечный контент под запросы различных целевых групп, стимулируя их участие в очных и виртуальных мероприятиях центра.

Таким образом, формирование электронных ресурсов в БФУ носит субъект-ориентированный характер. Информационные ресурсы становятся медиатором взаимодействия между библиотекой и пользователем, а технологические возможности (ЭБС, репозитории, базы данных) дополняются социальными технологиями вовлечения, что в совокупности обеспечивает жизнеспособность создаваемых вокруг библиотеки интеллектуальных сообществ.

Использование электронных ресурсов КПЦ студентами БФУ им. И. Канта

Эффективность функционирования КПЦ как ядра университетского сообщества напрямую коррелирует с интенсивностью и качеством использования его электронных ресурсов студенческой аудиторией. В цифровой среде библиотеки академическая активность обучающихся выходит за рамки поиска литературы, трансформируясь в процесс непрерывного взаимодействия с интеллектуальным контентом.

Анализ использования ресурсов студентами позволил выделить несколько ключевых направлений. Первое связано с обеспечением учебного процесса: обращение к полнотекстовым базам данных и электронно-библиотечным системам (ЭБС) является базовым компонентом самостоятельной работы обучающихся. При этом отмечается рост востребованности англоязычных баз данных, что свидетельствует об интеграции студентов в международную научную повестку и эффективности проводимых тренингов по информационной грамотности.

Второе направление характеризует студенческую аудиторию как активного потребителя мультимедийного и просветительского контента. Переход КПЦ к производству аудиовизуальных материалов и интерактивных форматов нашел позитивный отклик в молодежной среде: статистика посещаемости веб-ресурсов центра и вовлеченности в социальных сетях демонстрирует высокую лояльность к таким формам подачи информации. Электронные ресурсы здесь выступают не только источником данных, но и площадкой для неформального образования и социокультурной коммуникации.

Использование удаленных информационных ресурсов – относительно новый вид услуг, предоставляемый КПЦ своим пользователям, однако именно он позволяет обеспечить свободный доступ для студентов, ученых и специалистов из разных дисциплин к библиографическим описаниям, справочной и текстовой информации по всем областям знаний. Электронные научные библиотеки предоставили студентам и исследователям возможность ознакомления с научными журналами, публикуемыми в других регионах России и за рубежом, которые ранее были недоступны в печатном формате [5].

Наиболее востребованными удалёнными ресурсами КПЦ являются:

1. Российские ЭБС:

- Znanium.com – политематическая коллекция;
- «Консультант студента» – медицинский профиль;
- НЭБ – диссертации и другие издания;
- eLIBRARY.RU – книги, статьи, тезисы докладов конференций;
- «Гребенников» – электронная библиотека ИД, журналы;
- РГБ – информационное обслуживание по МБА;
- БЕН РАН.

2. Открыты новые коллекции ЭБС «Айбукс»:

– коллекция книг ИД «Питер» и издательства «БХВ-Петербург» (учебная, научная и профессиональная литература по ИТ, экономике, психологии и другим тематикам);

– коллекция книг издательства Ad Marginem (литература нон-фикшен, труды западных философов второй половины XX в., работы, посвящённые современной культуре, искусству и кураторству);

– коллекция книг издательства ВШЭ (научная и учебная литература).

Информация о существующих ресурсах интегрирована в учебный процесс, доступ в электронные научные системы и коллекции обеспечивается во всех многофункциональных центрах КПЦ БФУ им. И. Канта, ссылки размещены на официальном сайте, а также в социальных медиа.

Нестабильная посещаемость учебных занятий неизбежно отражается на вовлеченности обучающихся в специализированные библиотечные курсы. В данном контексте критическое значение приобретает поиск эффективных маркетинговых инструментов. Так, опыт библиотеки Технического университета Ганы свидетельствует о том, что наиболее действенными методами повышения осведомленности студентов выступают рекомендации преподавателей, межличностная коммуникация (peer-to-peer), система официальных оповещений и визуальная реклама. Кроме того, зафиксировано положительное восприятие студенческой аудиторией маркетинговых стратегий в социальных сетях и аудиовизуального контента [6].

Опираясь на данные выводы и учитывая определяющую роль академического сообщества, сотрудники КПЦ БФУ реализуют комплексную стратегию взаимодействия с профессорско-преподавательским

составом: проведение презентаций, лекций и специализированных тренингов по эксплуатации электронных баз данных на русском и иностранных языках. Системный подход формирует у педагогов глубокие компетенции в области библиотечных сервисов, в дальнейшем они инициируют участие студентов в соответствующих мероприятиях.

Практика подтверждает, что рекомендации преподавателей, подкрепленные совместными семинарами на базе КПЦ, стимулируют интерес обучающихся к инфраструктуре библиотеки. Создается устойчивая экосистема, в которой электронные ресурсы становятся эффективным медиатором в цепочке взаимодействия «преподаватель – библиотека – студент». Это не только обеспечивает рост осведомленности библиотечных услугах, но и гарантирует стабильную вовлеченность молодежи в интеллектуальную жизнь университетского центра.

В заключение стоит отметить, что использование электронных ресурсов в БФУ характеризуется высокой степенью субъектности: студенты не просто выступают реципиентами информации, но и активно включаются в жизнь сообщества, транслируя полученные знания и опыт в рамках peer-to-peer коммуникаций. Это подтверждает гипотезу о том, что цифровая инфраструктура библиотеки является необходимым условием для поддержания жизнеспособности активных университетских сообществ.

Создание контента, привлекающего внимание аудитории

В условиях избыточности информационных потоков и дефицита внимания со стороны студенческой аудитории создание качественного и релевантного контента становится приоритетным направлением деятельности КПЦ БФУ. Контент-стратегия центра базируется на принципе перехода от трансляционного информирования (простого перечисления услуг и анонсов) к вовлекающему сторителлингу и производству уникальных интеллектуальных продуктов.

На этапе планирования формируется качественный, структурированный материал с яркими визуальными элементами и цепляющими заголовками, практикуется постоянное, интерактивное взаимодействие с аудиторией.

Привлечение внимания современной аудитории возможно благодаря диверсификации форматов подачи материала. Опираясь на выявленные требования обучающихся к визуализации данных, КПЦ активно производит аудиовизуальный контент: короткометражные видеопроизведения по работе с базами данных, видеосериалы новых поступлений и интерактивные онлайн-выставки. Подобный подход позволяет снизить когнитивный барьер при освоении сложных библиотечных сервисов и повысить лояльность пользователей.

Особое место в структуре контента занимают материалы, созданные с учетом специфики социальных медиа. Таргетированное информирование и адаптация научной информации под форматы популярных цифровых платформ формируют эффект присутствия библиотеки в повседневной информационной среде студента. При этом контент не ограничивается академической тематикой; он направлен также на расширение кругозора и развитие навыков *soft skills*, что критически важно для создания активного библиотечного сообщества.

На странице КПЦ «ВКонтакте» регулярно размещаются посты и статьи (рассказы о книгах, авторах, новостях библиотеки, анонсы мероприятий); визуальный контент (фотографии, инфографика, видеоролики о библиотеке); интерактивы (опросы, викторины, конкурсы, тесты для вовлечения аудитории и стимулирования активности) и т. п.

Партнерские связи помогают КПЦ поддерживать свою значимость. Университетская библиотека взаимодействует с другими культурными учреждениями, а также лидерами мнений для расширения аудитории. Есть примеры уникального взаимодействия с внешними организациями. В частности, КПЦ присоединился к спортивному забегу в рамках проекта RUTS. Маршрут забега в формате урбан-трейл пролегал не только по общественным дорогам, парковым зонам, лестницам города, но также захватывал здания и общественные пространства – одной из точек был выбран Зал редкой книги университетской библиотеки.

По мнению Н. Е. Беляевой и В. Ю. Кореевой, социальные сети «способствуют налаживанию контактов между людьми, помогают оперативно решать вопросы, заводить новые отношения, преодолевать географическую изоляцию» [7. загл. с этикетки диска], именно поэтому КПЦ стимулирует подписчиков делиться своим опытом посещения библиотеки, фото с мероприятий, отзывами о книгах.

Приведем актуальные примеры из пабликов КПЦ университета:

- публикация контента, показывающего работу библиотеки изнутри;

- онлайн-марафоны и челленджи, связанные с чтением;

- прямые трансляции с мероприятий, интервью с интересными спикерами;

- ведение тематических рубрик (например, «Цитата понедельника», «Книга недели», «Библиотекари читают», «Читаем на иностранном», «Арт-библиотека», «Кинопросвет», «Худпросвет», «Эстетика», «Наука на полке» и т. п.);

- публикации в рамках проектной деятельности, посвящённой 80-летию Калининградской области: оцифровка периодического издания «Калининградский университет»; подбор материалов по истории библиотеки вуза; совместный проект Калининградского клуба краеведов и университетской библиотеки (выявление и оцифровка редких документов, фотографий, устных историй, связанных с регионом и т. п.).

Важным аспектом является интеграция контента, генерируемого преподавателями и студентами (user-generated content). Совместное создание рекомендательных списков литературы, экспертных комментариев к научным базам данных и освещение результатов научно-исследовательской деятельности в социальных сетях КПЦ превращает библиотеку из пассивного репозитория в активную дискуссионную площадку. Таким образом, контент обеспечивает не только привлечение внимания, но и долгосрочное удержание аудитории внутри библиотечной экосистемы, способствуя трансформации случайных посетителей в активных участников университетского сообщества.

Таким образом, SMM и комьюнити-менеджмент являются мощными инструментами для вузовских библиотек, позволяющими улучшать взаимодействие с пользователями, активно продвигать свои услуги и ресурсы. Креативный подход и качественный контент позволят библиотекам стать значимой частью образовательного процесса и создавать активные сообщества вокруг своих ресурсов.

Эффективное взаимодействие КПЦ БФУ с молодежью в социальных сетях значительно повышает удовлетворенность студентов культурной жизнью университета и способствует развитию культуры и образования в регионе.

Эмпирический анализ эффективности коммуникационной стратегии и метрики вовлеченности аудитории

Оценка эффективности реализуемой КПЦ БФУ модели формирования активных сообществ базируется на анализе количественных и качественных показателей вовлеченности целевой аудитории (engagement metrics). В современных условиях цифровизации библиотечной среды данные показатели выступают объективными индикаторами социального капитала библиотеки и степени её интеграции в повседневную жизнь университета.

Согласно операционным данным, совокупное число активных пользователей ресурсов КПЦ БФУ превысило 13 тыс. человек. Такой масштаб охвата свидетельствует о репрезентативности выборки и высокой востребованности предлагаемых форматов взаимодействия. Анализ активности в цифровой среде (в частности, в сообществах социальной сети «ВКонтакте») позволяет верифицировать успешность контент-стратегии по нескольким ключевым дескрипторам:

коэффициент вовлеченности (Engagement Rate) – систематическое производство специализированного аудиовизуального контента и мультимедийных гидов обеспечило устойчивый рост интеракций (лайков, комментариев). Внедрение формата коротких видеоинструкций и мультимедийных лонгридов привело к росту среднего показателя вовлеченности на пост с 1,2 до 4,8%. Пиковые значения (до 8,5%) фиксируются при публикации экспертного контента от ведущих преподавателей университета, что подтверждает гипотезу о высокой значимости академического авторитета. В контексте университета это интерпретируется как переход от пассивной рецепции информации к активной идентификации обучающихся с интеллектуальной повесткой центра;

показатели виральности и сетевой лояльности – стабильная динамика репостов (shares) образовательных материалов и анонсов мероприятий КПЦ подтверждает высокую ценность контента для межличностной коммуникации студентов по модели peer-to-peer. Доля репостов образовательного контента (методические рекомендации по работе с ЭБС, обзоры научных баз данных) выросла на 35% по сравнению с предыдущим периодом. Это указывает на трансформацию контента в инструмент межличностной коммуникации студентов (модель

peer-to-peer), способствует органическому расширению сообщества без привлечения дополнительных административных ресурсов;

глубина взаимодействия и удержание внимания – увеличение среднего времени просмотра (viewingtime) видеоинструкций и интерактивных выставок свидетельствует об успешном усвоении сложной академической информации молодежной аудиторией. Среднее время просмотра видеогайдов по эксплуатации электронных ресурсов составляет 2,5 мин., что при среднем показателе по образовательному сегменту в 1,2 мин. свидетельствует о высокой релевантности материалов и успешной адаптации сложной информации. Снижение «барьера входа» в ЭБС через видеогайды напрямую коррелирует с ростом глубины просмотра страниц официальных ресурсов.

Важный аспект оценки эффективности КПЦ БФУ – корреляционная зависимость между активностью субъектов в цифровой среде и их фактическим участием в очных библиотечных мероприятиях. Динамика посещаемости позволяет констатировать формирование устойчивого механизма конверсии виртуального интереса в реальную вовлеченность. Статистические показатели подтверждают, что цифровая активность выступает драйвером участия студентов в жизни библиотеки. Рост цифрового охвата на 20% стабильно конвертируется в увеличение очной посещаемости мероприятий КПЦ на 12–15%, что доказывает жизнеспособность гибридной модели формирования активных университетских сообществ.

Анализ данных за отчетный период демонстрирует прямую положительную корреляцию между объемом потребляемого анонсирующего контента (просмотры, «сохранения», переходы по ссылкам) и фактической явкой на лекции, семинары и тренинги. Можно выделить несколько уровней данной зависимости:

Информационно-событийный триггер – регулярная публикация визуальных и аудиовизуальных анонсов в социальных медиа и на веб-сайтах организации выступает первичным стимулом. Рост охватов в цифровых каналах на 15–20% в преддверии крупных мероприятий (конференций, мастер-классов по работе с ЭБС) сопровождается пропорциональным увеличением числа регистраций на очные форматы.

Предварительное ознакомление – мультимедийные гиды и ознакомительный контент снижают психологический барьер от первого посещения. Студенты, предварительно ознакомившиеся с инфраструктурой КПЦ, лучше подготовлены к физическому посещению библиотеки и использованию её коворкинг-зон.

Peer-to-peer трансляция – высокий показатель репостов (виральности) образовательного контента способствует формированию групповых визитов. Обучающиеся, вовлеченные в цифровую коммуникацию внутри своих сообществ, чаще посещают мероприятия КПЦ в составе малых групп, что подтверждает гипотезу о социальной природе библиотечного пространства как «третьего места».

Представленные метрики вовлеченности служат эмпирическим подтверждением того, что цифровая и коммуникационная инфраструктура КПЦ эффективно выполняет медиативную функцию. Реализуемая стратегия не только обеспечивает информирование субъектов образовательного процесса, но и конвертирует виртуальную активность в устойчивый интерес к библиотечным сервисам, формируя фундамент для долгосрочного развития активных университетских сообществ.

Таким образом, цифровая активность не заменяет, а, напротив, стимулирует физическое присутствие пользователей в пространстве КПЦ. Выявленная корреляция подтверждает жизнеспособность гибридной модели университетской библиотеки: цифровая среда выполняет роль рекрутинговой площадки, формируя лояльное ядро сообщества, которое в дальнейшем капитализируется через очное участие в интеллектуальной и социокультурной жизни университета.

Принципы эффективного взаимодействия с молодежью в социальных сетях

В условиях цифровой трансформации высшей школы социальные сети перестают быть исключительно каналами трансляции новостей, превращаясь в пространство когнитивного и социального взаимодействия. Эффективность деятельности КПЦ БФУ в цифровой среде базируется на ряде концептуальных принципов, учитывающих специфику информационного поведения современной студенческой аудитории (поколения Z и Alpha).

По мнению Ф. А. Колбунова, «раскрепощенные и свободные от идеологической опеки, молодые люди активны в выборе приемлемых для себя форм и стилей жизнедеятельности, постановке целей и выработке ценностной палитры, отвечающей запросам и требованиям современности. В связи с этим ответственность за формирование здоровой духовной культуры падает почти полностью на плечи самой молодежи» [8. С. 3].

Поскольку сегодня молодежь активно участвует в городской жизни благодаря виртуализации повседневных практик, погружению в информационный поток, а также участию в виртуальных сообществах, формирование ценностей молодого поколения, как и большинство современных процессов социализации, происходит в социальных сетях [9]. Сформировалось виртуальное пространство, ставшее основой для появления новых культурных идентичностей, областью, где испытываются новые культурные практики, формируются новые способы общения и создаются новые типы сообществ [10].

Исследователи отмечают, что «самыми читаемыми страницами среди молодежи являются паблики, посвященные жизни знаменитостей, новостям спорта, моде, гороскопам» [11. С. 327]. Наибольшую популярность приобретают информационно-развлекательные сообщества, группы с цитатами, музыкальные и визуально насыщенные паблики.

Таким образом, университетская библиотека соперничает не только с другими культурными учреждениями, она буквально сражается за каждую минуту свободного времени своих пользователей. Конкуренция порождает мощные коммуникационные инициативы, среди которых креативные рекламные интеграции, захватывающие видеотрейлеры, а также ивент-мероприятия с участием известных авторов.

По мнению коллег из Университета Флориды, «студенты считают доступ к информационным и компьютерным ресурсам, а также услуги поддержки обучения наиболее важными из предлагаемых библиотечных услуг. Аналогичным образом студенты считают наиболее полезными публикации в социальных сетях библиотеки, связанные с обновлениями ее деятельности, услугами поддержки обучения и мероприятия» [12. Р. 257]. По результатам опроса, проведенного в Университете Виктории в Веллингтоне, студенты предпочитают контент, связанный

с событиями и мероприятиями в кампусе, а также новости о развитии библиотечных услуг [13].

Принципы взаимодействия с молодежной аудиторией в БФУ стали результатом многоэтапного аналитического процесса, реализованного специалистами КПЦ. На начальном этапе сотрудниками центра был проведен комплексный мониторинг цифровых предпочтений студенческой среды. С помощью инструментов встроенной аналитики социальных медиа и анкетирования фокус-групп изучались типы контента, вызывающие наибольший отклик.

Сотрудники КПЦ внедрили в практику метод сравнительного анализа различных моделей коммуникации. Параллельно публиковались традиционные текстовые анонсы и их мультимедийные аналоги (видеовизитки, интерактивные сторис). Фиксация метрик вовлеченности (ER) показала, что материалы, созданные с участием реальных сотрудников и преподавателей, получают на 40–50% больше охвата, чем обезличенные посты. Это эмпирически подтвердило жизнеспособность принципа субъект-субъектной коммуникации (human-to-human).

Важной составляющей процесса стал критический анализ международных практик, в частности кейса Технического университета Ганы. Сопоставление зарубежных данных о позитивном восприятии студентами маркетинга в социальных сетях с внутренними метриками БФУ позволило сотрудникам центра адаптировать глобальные тренды под региональную и институциональную специфику.

Продуктом рефлексивной практики сотрудников КПЦ, основанной на учете статистических данных, психологических особенностей современного студенчества, а также оперативном реагировании, стали следующие принципы работы:

1. *Нативная интеграция и визуальное доминирование.* Студенческая аудитория характеризуется высокой степенью «цифрового иммунитета» к прямой рекламе. В связи с этим коммуникация КПЦ строится на использовании нативных форматов: коротких видео (Reels/Клипы), инфографики и интерактивных карточек. Визуальное доминирование позволяет снизить когнитивную нагрузку при восприятии сложных академических данных (например, алгоритмов поиска в международных базах данных) и повышает вероятность первичного контакта с контентом.

2. *Субъект-субъектная коммуникация (human-to-human)*. Традиционный академический дискурс, отличающийся высокой степенью формализации, часто создает дистанцию между библиотекой и обучающимся. В практике БФУ этот барьер преодолевается персонализацией контента. Сотрудники библиотеки и преподаватели в качестве «лиц» цифровых проектов формируют доверительную среду и способствуют повышению лояльности. Библиотека позиционируется не как бюрократическая структура, а как сообщество экспертов и единомышленников.

3. *Интерактивность и соучастие (user-generated content)*. Формирование активного сообщества невозможно без вовлечения пользователей в процесс создания смыслов. КПЦ внедряет механики обратной связи: опросы, голосование по выбору тематик будущих лекций, конкурсы студенческих книжных рецензий и рекомендательные подборки от обучающихся. Это позволяет студентам почувствовать свою субъектность и влияние на жизнь университетского КРЦ, что является фундаментом для перехода от случайного интереса к устойчивой вовлеченности.

4. *Адаптация и мультиплатформенность*. Каждая цифровая площадка требует специфического наполнения. Если официальный сайт университета выполняет функцию верифицированного репозитория и архива, то социальные сети (в частности, «ВКонтакте») ориентированы на оперативность и эмоциональный отклик. Адаптация научного контента под специфику платформ позволяет КПЦ присутствовать в повседневной «ленте» студента, не вызывая информационного отторжения.

5. *Событийная связность (phygital-подход)*. Социальные сети рассматриваются не как изолированное пространство, а как инструмент рекрутинга в офлайн-среду. Создается цифровой след мероприятий: прямые трансляции, пост-релизы с упоминанием активных участников, публикация дополнительных материалов к лекциям. Непрерывный цикл взаимодействия поддерживает жизнеспособность сообщества как в виртуальном, так и в физическом пространстве.

Реализация данных принципов в БФУ позволяет библиотеке превратиться в активного актора социокультурного проектирования, способного конкурировать за внимание молодежи в глобальной цифровой среде.

Заключение

Успешное функционирование КПЦ БФУ в современном информационном пространстве базируется на комплексном подходе, объединяющем инновационный SMM, эффективное управление сообществом и широкое внедрение электронных ресурсов. Привлекательный и вовлекающий контент в социальных сетях, основанный на понимании интересов молодежи и принципах аутентичности, позволяет КПЦ продвигать свои услуги и формировать лояльное, активное сообщество вокруг университетской библиотеки. Мощная материально-техническая база способствует формированию и предоставлению разнообразных электронных ресурсов, доступ к которым обеспечивает партнерство с профессорско-преподавательским составом и активное информирование через все доступные каналы, включая медиа.

Реализация этих стратегий позволяет КПЦ БФУ им. И. Канта значительно повысить удовлетворенность молодежи культурной жизнью университета и укрепить свою позицию значимого центра в сфере культуры и образования региона, преодолевая конкуренцию за внимание пользователей в условиях насыщенной информационной среды.

Список источников

1. **Шрайберг Я. Л.** Библиотеки в условиях правовой и технологической эволюции процессов общественного развития. Москва : Изд-во Гос. публ. науч.-техн. б-ка России, 2008. 56 с.
2. **Гладкова И. Б., Ляхова В. А.** Электронные библиотеки и их возможности в эпоху электронных коммуникаций // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. Сер. 2: Искусствоведение. Филологические науки. 2021. № 2. С. 91–93. DOI 10.46418/2079-8202_2021_2_14.
3. **Горячев С. А., Киселёва Л. Б.** Формирование и использование электронных информационных ресурсов в общедоступных библиотеках Хабаровского края // Культура и наука Дальнего Востока. 2019. № 1 (26). С. 113–117.
4. **Егорова А. В.** Электронная библиотека как компонент электронной информационно-образовательной среды вуза (на примере направления подготовки «Библиотечно-информационная деятельность») // Культура и искусство в современном обществе : сборник статей. Волгоград : Волгоградский государственный университет, 2019. С. 24–35.

5. **Савотченко С. Е., Перепелкин И. Н., Дунаев Р. А.** Использование электронных библиотек в работе студентов и ученых вузов // Наука. Искусство. Культура. 2017. № 2 (14). С. 120–124.
6. **Baayel P.** Contemporary strategies for marketing electronic library resources to students: a study of technical universities in Ghana (2024). DOI 10.21203/rs.3.rs-5354193/v1. URL: https://www.researchgate.net/publication/385391480_Contemporary_strategies_for_marketing_electronic_library_resources_to_students_a_study_of_technical_universities_in_Ghana (дата обращения: 27.09.2025).
7. **Беляева Н. Е., Кореева В. Ю.** Библиотеки в социальных медиа: технологии продвижения и поддержки чтения // Одиннадцатые Денисьевские чтения : материалы межрегион. (с междунар. участием) науч.-практ. конф. по проблемам истории, теории и практики библ. дела, библиогр. и книговедения, 30–31 окт. 2014 г. / ред.-сост. Н. З. Шабохина. Орел : [б. и.], 2015. Загл. с этикетки диска.
8. **Колбунов Ф. А.** Ценностные ориентации молодежи российского мегаполиса : автореф. дис. ... канд. культурологии. Санкт-Петербург, 2011. 20 с.
9. **Судич Ю. В.** Роль социальных сетей в жизни молодежи // СИБАК. 2014. URL: <http://sibac.info/11367> (дата обращения: 09.09.2025).
10. **Асеева О. В.** Влияние социальной сети интернет на развитие социальной активности молодежи // Современные исследования социальных проблем. 2012. № 6 (14). URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/6/aseeva.pdf> (дата обращения: 25.09.2025).
11. **Лисенкова А. А., Мельникова А. Ю.** Социальные сети как фактор активного влияния на формирование ценностей молодежи // Российский гуманитарный журнал. 2017. Т. 6, № 4. С. 322–329. DOI 10.15643/libartus-2017.4.4.
12. **Stvilia B., Gibradze L.** Examining undergraduate students' priorities for academic library services and social media communication. The Journal of Academic Librarianship 43 (3). 2017. С. 257–262. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0099133316300660> (дата обращения: 17.09.2025).
13. **Ihejirika K. T., Goulding A., Calvert P. J.** Do they “like” the library? Undergraduate students' awareness, attitudes, and inclination to engage with library social media. The Journal of Academic Librarianship, 2021. 47 (6): 102451. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102451>.

References

1. **Shrai`berg Ia. L.** Biblioteki v usloviakh pravovoi` i tekhnologicheskoi` e`voliucii protsessov obshchestvennogo razvitiia. Moskva : Izd-vo Gos. publ. nauch.-tekhn. b-ka Rossii, 2008. 56 s.
2. **Gladkova I. B., Liahova V. A.** E`lektronny`e biblioteki i ikh vozmozhnosti v e`pohu e`lektronny`kh kommunikatsii // Vestnyk Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo

- universiteta tekhnologii i dizai'na. Ser. 2: Iskusstvovedenie. Filologicheskie nauki. 2021. № 2. S. 91–93. DOI 10.46418/2079-8202_2021_2_14.
3. **Goriachev S. A., Kiselyova L. B.** Formirovanie i ispol'zovanie e'lektronny'kh informatsionny'kh resursov v obshchedostupny'kh bibliotekakh Habarovskogo kraia // Kul'tura i nauka Dal'nego Vostoka. 2019. № 1 (26). S. 113–117.
 4. **Egorova A. V.** E'lektronnaia biblioteka kak komponent e'lektronnoi' informatsionno-obrazovatel'noi' sredy' vuza (na primere napravleniia podgotovki «Bibliotechno-informatsionnaia deiatel'nost'») // Kul'tura i iskusstvo v sovremennom obshchestve : sbornik statei'. Volgograd : Volgogradskii' gosudarstvennyi' universitet, 2019. S. 24–35.
 5. **Savotchenko S. E., Perepelkin I. N., Dunaev R. A.** Ispol'zovanie e'lektronny'kh bibliotek v rabote studentov i ucheny'kh vuzov // Nauka. Iskusstvo. Kul'tura. 2017. № 2 (14). S. 120–124.
 6. **Baayel P.** Contemporary strategies for marketing electronic library resources to students: a study of technical universities in Ghana (2024). DOI 10.21203/rs.3.rs-5354193/v1. URL: https://www.researchgate.net/publication/385391480_Contemporary_strategies_for_marketing_electronic_library_resources_to_students_a_study_of_technical_universities_in_Ghana (data obrashcheniia: 27.09.2025).
 7. **Beliaeva N. E., Koreeva V. Iu.** Biblioteki v sotcial'ny'kh media: tekhnologii prodvizheniia i podderzhki chteniia // Odnadtsat' e Denis'evskie chteniia : materialy' mezhtregion. (s mezhdunarod. uchastiem) nauch.-prakt. konf. po problemam istorii, teorii i praktiki bibl. dela, bibliogr. i knigovedeniia, 30–31 okt. 2014 g. / red.-sost. N. Z. Shatohina. Orel : [b. i.], 2015. Zagl. s e'tiketki diska.
 8. **Kolbunov F. A.** Cennostny'e orientatsii molodezhi rossii'skogo megapolisa : avtoref. dis. ... kand. kul'turologii. Sankt-Peterburg, 2011. 20 s.
 9. **Sudich Iu. V.** Rol' sotcial'ny'kh setei' v zhizni molodezhi // SibAK. 2014. URL: <http://sibac.info/11367> (data obrashcheniia: 09.09.2025).
 10. **Aseeva O. V.** Vliianie sotcial'noi' seti internet na razvitie sotcial'noi' aktivnosti molodezhi // Sovremennye issledovaniia sotcial'ny'kh problem. 2012. № 6 (14). URL: <http://sisp.nkras.ru/e-ru/issues/2012/6/aseeva.pdf> (data obrashcheniia: 25.09.2025).
 11. **Leesenkova A. A., Mel'nikova A. Iu.** Sotcial'ny'e seti kak faktor aktivnogo vliianiia na formirovanie cennostei' molodezhi // Rossii'skii' gumanitarnyi' zhurnal. 2017. T. 6, № 4. S. 322–329. DOI 10.15643/libartus-2017.4.4.
 12. **Stvilia B., Gibradze L.** Examining undergraduate students' priorities for academic library services and social media communication. The Journal of Academic Librarianship 43 (3). 2017. C. 257–262. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0099133316300660> (data obrashcheniia: 17.09.2025).
 13. **Ihejirika K. T., Goulding A., Calvert P. J.** Do they “like” the library? Undergraduate students' awareness, attitudes, and inclination to engage with library social media. The Journal of Academic Librarianship, 2021. 47 (6): 102451. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102451>.

Информация об авторе / Author

Дудурич Ольга Валерьевна –
аспирант Института гуманитарных
наук Балтийского федерального
университета им. И. Канта,
Калининград, Российская
Федерация
olvdudurich@kantiana.ru

Olga V. Dudurich – postgraduate
student, Institute of Education and
the Humanities, Immanuel Kant
Baltic Federal University,
Kaliningrad, Russian Federation
olvdudurich@kantiana.ru