

УДК [027.2+021.7]: 004.738.5
 ББК 78.347.41(2Рос)+78.37
 DOI 10.20913/1815-3186-2018-4-75-81

БИБЛИОТЕКА РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

© Я. В. Катueva, А. А. Боримова, А. Н. Новоселова, А. А. Ашихмин, 2018

Библиотека Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия; e-mail: katueva-rasl@yandex.ru

Рассматриваются итоги работы по созданию и ведению страницы библиотеки Российской академии наук (БАН) в социальных сетях («ВКонтакте», Facebook, Instagram). Приводятся основные цели и задачи использования социальных медиа для представления библиотеки. Обоснован выбор социальных сетей с учетом особенностей целевой аудитории и стратегических целей библиотеки как учреждения Российской академии наук. Разработан план деятельности для различных интернет-сообществ. Результаты работы приведены на основе статистических показателей публичной страницы библиотеки в сети «ВКонтакте» как базового представительства БАН в соцсетях. Возрастной анализ аудитории показывает: более 2/3 читателей – молодежь до 35 лет, что соответствует планируемой целевой аудитории. Анализ сайта библиотеки на основе Google Analytics показал увеличение числа посетителей официального сайта библиотеки www.rasl.ru из социальных сетей.

Ключевые слова: библиотека, библиотека Российской академии наук, Российская академия наук, социальная сеть, массмедиа

Для цитирования: Катueva Я. В., Боримова А. А., Новоселова А. Н., Ашихмин А. А. Библиотека Российской академии наук в социальных сетях // Библиосфера. 2018. № 4. С. 75–81. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-4-75-81.

The Russian Academy of Sciences Library in social networks

Ya. V. Katueva, A. A. Borimova, A. N. Novoselova, A. A. Ashikhmin

The Russian Academy of Sciences Library, Saint Petersburg, Russia; e-mail: katueva-rasl@yandex.ru

The Russian Academy of Sciences Library (RASL) is a unique institution being at the same time one of the largest libraries to provide research information support in various fields, and a scientific institution of the Russian Academy of Sciences carrying on its own research projects in a number of scientific areas. An important direction of the RASL's activity is science popularization. To satisfy users by information services and to communicate with professionals, social networks are increasingly used. A task of RASL's activities in social networks is informing about the library's possibilities and attracting young readers. Joint analysis of the functionality and user audience of common social networks and library's objectives has justified choosing VKontakte, Facebook, Instagram for RASL's representation in social media. The authors reveal peculiarities of the target audience for each networks, develop the publication plan taking into account the specificity of the target audience and the type of published information. The main RASL's representation in social networks at the initial stage of activity has been chosen VKontakte as the most effective platform in the Russian Internet segment. The paper shows statistical indicators of VKontakte RASL's page got by using the built-in functions of the service (www.vk.com), which permit to analyze the activity for 9 months since the beginning of its work. The obtained demographic and quantitative indicators confirm the activity effectiveness that consists in increasing the visitors' number at the page. The audience age analysis shows that above 2/3 of readers are young people under 35 years old. This circumstance corresponds to the desired target audience. The official library site analysis based on Google Analytics indicates an increase in the number of visitors to the library website (www.rasl.ru) from social networks.

Keywords: library, Russian Academy of Sciences Library, Russian Academy of Sciences, social network, mass media

Citation: Katueva Ya. V., Borimova A. A., Novoselova A. N., Ashikhmin A. A. The Russian Academy of Sciences Library in social networks. *Bibliosphere*. 2018. № 4. P. 75–81. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-4-75-81.

Общим вопросам использования современных массмедиа и оценке деятельности библиотек в социальных сетях в настоящее время посвящено достаточно большое количество работ [2–6, 8]. Современное развитие интернет-технологий и их внедрение в повседневную жизнь людей диктует необходимость представления библиотек не только на своих официальных сайтах, но и в социальных сетях. Новые формы и методы работы в коммуникативной сфере рождают новые способы привлечения читателей и пользователей, позволяя библиотекам занять свое место в виртуальном информационном пространстве. Свои представительства в крупнейших соци-

альных медиа, поддерживаемые профессионалами – специалистами в области маркетинга в социальных сетях, имеют многие публичные библиотеки и практически все мегабиблиотеки: Российская государственная библиотека, Российская национальная библиотека, Государственная публичная научно-техническая библиотека Сибирского отделения Российской академии наук (ГПНТБ СО РАН). Результаты исследования, проведенного в ГПНТБ СО РАН в 2016 г., подтвердили высокую активность библиотек различных организационно-правовых форм в веб-среде [4]. Следует отметить, что процесс включения библиотек и вовлечения пользователей в сетевую библиотечную

деятельность довольно длительный и, чтобы эта деятельность принесла положительные результаты, она должна быть целенаправленной и систематической [5].

Ключевой особенностью библиотеки Российской академии наук (БАН), относящейся к разряду мегабиблиотек, является разнообразие и богатство фондов с ежегодным поступлением более 200 тыс. экз. изданий. Главные источники поступления литературы с 1783 г.: бесплатный обязательный экземпляр, подписка, покупка через книготорговую сеть и издающие организации, книгообмен, в том числе международный. Все это позволяет формировать универсальный фонд для библиотечно-информационного обеспечения фундаментальных, поисковых и прикладных исследований по естественным, гуманитарным, общественным и техническим наукам. БАН является учреждением Российской академии наук (РАН) и осуществляет проведение научных исследований в области библиотековедения, библиографоведения, информатики, книговедения, научного описания рукописей и печатных памятников, консервации и реставрации документов. Обеспечение сохранения, пополнения, раскрытия и изучения фондов как части национального и мирового культурного и научного достояния – основная миссия БАН как крупнейшей библиотеки мира [7]. Одной из основных целей деятельности РАН является также популяризация науки.

Создание позитивного образа современной библиотеки как центра, обеспечивающего информационную поддержку научных исследований самых разнообразных направлений, уже невозможно без использования социальных медиа. Они позволяют организовать общение в различных библиотечных сетевых сообществах, открытых и для коллег, и для читателей. Успешную работу в социальных медиа обеспечивает соответствующая стратегия, учитывающая особенности отрасли и использующая все коммуникативные возможности социальных сетей.

1. Выбор социальных медиа в соответствии с целями БАН

Целью деятельности БАН в социальных медиа является не только привлечение и удержание читателей и пользователей, но и профессиональное общение в сети. Деятельность библиотеки в соцсетях не ограничивается только информационно-просветительским либо развлекательным направлением, использование коммуникативных функций массмедиа существенно расширяет возможности профессионального общения в интернете и удовлетворенности читателя библиотечными услугами. Целевой аудиторией БАН как крупнейшей научной библиотеки и научного учреждения являются научные сотрудники РАН, высшей школы, научно-исследовательских центров, аспиранты и магистранты, историки и культурологи, краеведы, журналисты, социологи и, конечно, члены библиотечного сообщества. Одной из главных задач, решение которой может быть достигнуто при использовании социальных медиа в деятельности БАН, является информирование о возможностях библиотеки и привлечение в число ее пользователей молодых читателей.

В информировании посетителей и возможных потребителей услуг библиотеки, консультировании по вопросам записи в библиотеку, предоставлении той или иной справочной информации о деятельности библиотеки социальные сети имеют преимущество перед сайтами, которое заключается прежде всего в оперативности ведения диалога. Кроме того, социальные сети имеют максимальный уровень вовлеченности молодежи.

По данным опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), 91% молодых людей от 18 до 24 лет пользуются социальными сетями почти ежедневно; среди опрошенных 25–34 лет таких 69%; в группе старше 60 лет – только 15%. В итоге 45% взрослого населения (старше 18 лет) пользуются хотя бы одной из социальных сетей почти каждый день, 62% – хотя бы раз в неделю [1]. Наиболее массовый охват в нашей стране имеет сеть «ВКонтакте», второе место занимают «Одноклассники», третье – Instagram. «ВКонтакте» и Instagram являются преимущественно молодежными сообществами. Также эти социальные сети имеют удобную платформу для пользователей мобильных сетей интернета. В качестве обычного устройства доступа мобильный телефон/смартфон используют 52% пользователей (среди пользователей Instagram – 92%, «ВКонтакте» – 84%, остальных сетей – около 70%) [1].

Базовой на этапе становления сетевых социальных медиа БАН была выбрана социальная сеть «ВКонтакте» как наиболее эффективная площадка в российском сегменте интернета. Здесь зарегистрировано большое количество пользователей, которые часто вступают в различные сообщества. Данный ресурс обладает достаточным функционалом и имеет удобную технологическую платформу для новостных публикаций, сообщений о мероприятиях, комментариев к ним; в нем имеется независимая система мгновенного обмена сообщениями, есть возможность проведения тестов и опросов.

Вторым направлением деятельности является создание и продвижение группы в сети Facebook как одной из самых популярных социальных сетей в мире [4]. Кроме международной ориентированности данного сервиса, важной его особенностью является присутствие целевой аудитории, имеющей деловую и научно-техническую направленность.

Третьей социальной сетью для коммуникативной работы БАН была выбрана Instagram, как имеющая наиболее молодую аудиторию [1]. Эта платформа позволяет максимально использовать визуальную составляющую публикуемого контента, напрямую связываться для получения информации и проводить обсуждения.

Таким образом, социальные сети, выбранные для использования в деятельности БАН, имеют различную целевую аудиторию, что необходимо учитывать при составлении плана публикаций, в проведении просветительской деятельности библиотеки и популяризации науки в сети.

В таблице 1 приведены основные особенности планируемой целевой аудитории группы БАН в социальных сетях.

Целевая аудитория БАН в соцсетях

Table 1

RASL's target audience in various social networks

Особенности целевой аудитории	«ВКонтакте»	Facebook	Instagram
Географические	Россия	Россия, СНГ, международная	Россия
Демографические	Выпускники вузов, специалисты, читатели библиотеки: научная и академическая аудитория без выделения возрастных групп		Молодежная аудитория; молодые исследователи, аспиранты, студенты
Профессиональные	Историки, социологи, культурологи, краеведы, журналисты	Научное сообщество: ученые, аспиранты, студенты старших курсов	Потенциальные пользователи (читатели) библиотеки: студенты, школьники, молодежь
Психологические (вид отклика аудитории)	Эмоциональный, рациональный	Рациональный, эмоциональный	Эмоциональный
Интересы (с какими группами связаны пользователи)	Группы университетов, институтов РАН, научно-исследовательских центров, библиотек, музеев; группы историков, литературоведов, краеведов, любителей старины		Выставочные центры, музеи, библиотеки, издательства, книжные магазины

2. Принципы написания публикаций для социальных сетей

Основной принцип написания публикаций остается единым для всех направлений деятельности БАН в массмедиа и реализуется при помощи следующих задач: рассказать о библиотеке, проводимых ею научных и публичных мероприятиях, раскрыть фонды. Для каждой из выбранных социальных сетей необходимо собственное оригинальное содержание публикации с учетом особенностей целевой аудитории, чтобы разнообразно представить деятельность БАН всем категориям пользователей. Смысловая нагрузка основного содержания публикаций также имеет отличия, которые обусловлены видом отклика читательской аудитории. Для сети «ВКонтакте» это информационный, просветительский, развлекательный и в последнюю очередь профессиональный тип информации. Публикации в сети Facebook ориентированы прежде всего на информационное обеспечение и профессиональное общение. Instagram, в свою очередь, посвящен развлекательной, просветительской и информационной составляющим смысловой нагрузки новостных лент и базовой информации.

К базовой информации о деятельности БАН можно отнести:

- информацию о библиотеке (месторасположение, график работы, способы записи в библиотеку и необходимые для этого документы);
- информацию о научной деятельности библиотеки как учреждения Российской академии наук;
- информацию об издательской деятельности библиотеки;
- анонсы, обзоры, отзывы на мероприятия, проводимые в библиотеке или в других учреждениях с участием изданий из фондов БАН;

- раскрытие фондов БАН через представление отдельных изданий, списков изданий из новых поступлений и списков наиболее интересных книг и журналов, доступных для посетителей на выставке новых поступлений;

- информацию о возможностях электронного каталога;
- информирование о способах удаленного доступа и заказа документов, о подписных электронных ресурсах библиотеки;
- информацию резервно-обменного фонда;
- справочно-библиографическое обслуживание (консультация библиографа), методическую поддержку пользователей.

В таблице 2 приведено описание публикуемой информации, освещающей основные виды деятельности БАН, для выбранных соцсетей с учетом особенностей целевой аудитории и смысловой нагрузки материалов.

Социальные сети позволяют улучшить коммуникации БАН с учреждениями РАН и библиотечным сообществом посредством транслирования новостей и обмена сообщениями. Страницы и группы библиотеки позволяют более полно отразить участие БАН в деятельности РАН и библиотечной ассоциации.

3. Оценка деятельности БАН в социальной сети на примере группы во «ВКонтакте»

В настоящее время публичная страница во «ВКонтакте», созданная 20 ноября 2017 г., является базовым представителем библиотеки РАН в социальных сетях и предоставляет широкий спектр информации о ее деятельности. Исторически сложилось, что некоторые научные, специализированные и производственные подразделения БАН имеют свои

Информация о деятельности БАН в различных соцсетях

Table 2

Information on RASL activities in various social networks

Вид информации	«ВКонтакте»	Facebook	Instagram
Коммуникативная деятельность			
Титульная информация	Местоположение, часы работы, телефон, способы записи и т. д.	Местоположение, часы работы, телефон, ссылки на основной сайт	Местоположение, часы работы, телефон, ссылки на сайт библиотеки
Выставки, мероприятия, экскурсии	С использованием встроенного сервиса «создать мероприятие»; анонс мероприятия с сайта БАН; отзывы о мероприятии		Анонсы мероприятий, фотографии с открытия, фото экспозиции – приглашение на экскурсию
Методическая поддержка пользователей	В рамках личных сообщений, статей в выделенном меню «Часто задаваемые вопросы и ответы»		Ссылка на сайт БАН
Статьи о возможностях электронного каталога	В рамках личных сообщений и статей в выделенном меню «Часто задаваемые вопросы и ответы»	В виде статей о проводимой БАН деятельности в рамках информатизации	Ссылка на сайт БАН
Информирование о способах удаленного доступа и заказа документов	В рамках личных сообщений и статей соответствующей тематики; публикации о доступе к международным научным базам		Возможно в рамках личных сообщений
Информирование об услугах библиотеки	В меню публичной страницы, на стене и в обсуждениях сообщества	В рамках личных сообщений и публикаций соответствующей тематики	Информирование на странице
Раскрытие фондов БАН			
Новинки главного читального зала	Научная и художественная литература: монографии, учебники, авторефераты, научные журналы		Фото/краткая информация/краткое содержание (1–2 предложения)
Новинки выставки новых поступлений	Постоянная рубрика, включая периодику, в том числе иностранную		Фотографии
Издания БАН	Публикация сведений о новых изданиях с фотографией и аннотацией		
Редкие издания, комиксы	Фотография, описание и краткая информация о книге, авторе, издателе		
История БАН	Статьи с фотографиями интерьеров БАН (памятники, мемориальные доски, картины) – раскрытие истории БАН	Известные ученые – читатели БАН; события в истории библиотеки	Фото и краткая статья о ключевых событиях истории БАН
Коллекции, собрания в фондах БАН	Статьи с фотографиями, биографическими, библиографическими описаниями		Визуальная информация
Научная деятельность БАН			
Научные конференции, семинары, круглые столы, проводимые БАН	Анонсы, отчеты, фотоотчеты, транслируемые с сайта БАН	Развернутое описание с созданием мероприятия; рассылка приглашений участникам; отчеты	Анонсы, фотоотчеты
Научные конференции других научных заведений с участием сотрудников БАН	Анонсы мероприятий; отчеты об участии сотрудников БАН		Анонсы, фотоотчеты
Научные публикации сотрудников БАН; статьи о научной деятельности сотрудников и подразделений БАН	В выпусках журнала «Петербургская библиотечная школа» (ПБШ) – аннотация с сайта БАН	Наиболее значимые публикации сотрудников с аннотациями, фотоотчеты	Фотоотчеты, интервью с сотрудниками

страницы и группы в социальных сетях. Во «ВКонтакте», кроме публичной страницы библиотеки, имеют свои сообщества и группы следующие специализированные отделы БАН и группы библиотек академической сети (с указанием количества подписчиков на 01.09.2018):

1. Славянский отдел (121).
2. Литература Востока. Литература о Востоке. Отдел литературы стран Азии и Африки (Восточный отдел) (55).
3. Кабинет библиотековедения (72).
4. Отдел рукописей (398).
5. Отдел изданий академии наук (495).
6. Газеты старые и новые (Газетный фонд) (1922).
7. Отдел комплектования (46).
8. Обменный фонд (10).
9. Научная библиотека Зоологического института (86).
10. Научная библиотека института химии силикатов (10).

Отделы и подразделения БАН при формировании публикаций ставят свои цели: от популяризации собственных фондов и деятельности отдельных исследователей до обсуждения результатов исследований в узкоспециализированном научном сообществе. Официальная страница БАН является в некотором роде интегрируемым сообществом и при этом проводит собственную политику в соответствии с целями и задачами библиотеки. Представительство в социальных сетях научных отделов и подразделений повышает количество пользователей, не подписанных на сообщество БАН, но увидевших запись на странице другого пользователя или сообщества. Это существенно увеличивает охват аудитории.

Генерирование отчетов о деятельности БАН в социальной сети «ВКонтакте» основано на данных анализа публичного сообщества БАН, предоставляемых сервисом vk.com и системой интернет-статистики Google Analytics для сайта библиотеки www.rasl.ru. Для оценки эффективности работы использовались методы, предложенные новосибирскими специалистами [6], и данные статистического анализа, предлагаемые сервисом «ВКонтакте»:

- метрики посещаемости (количественные показатели);
- демографические метрики (география пользователей, возрастной и гендерный анализ);
- социальные метрики (количество оценок и репостов, количество переходов из социальных сетей на официальный сайт библиотеки).

Анализ состава участников, подписавшихся на публичную страницу БАН во «ВКонтакте», показал, что за 9 месяцев ее существования к ней присоединились:

- всего подписчиков – 393;
- подписчиков, не являющихся сотрудниками БАН, – 305;
- членов профессионального сообщества (юридические лица: библиотеки, издательства) – 17.

На рисунке 1 изображена диаграмма демографических метрик (пол, возраст) охвата читателей за

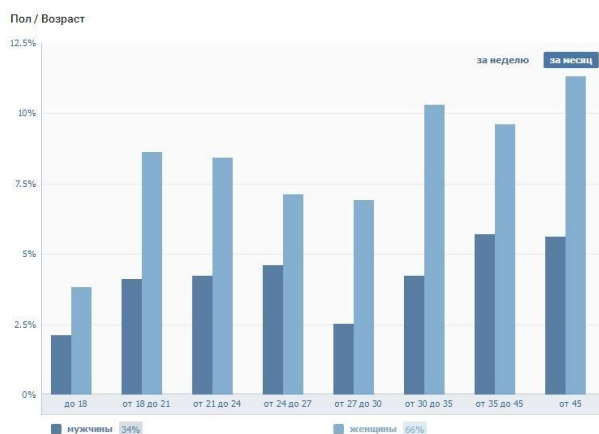


Рис. 1. Диаграмма читателей страницы БАН во «ВКонтакте» за август 2018 г.

Fig. 1. Readers' diagram at RASL's VKontakte page for August 2018

август 2018 г. Из нее видно, что доля читателей в возрасте до 35 лет составляет 66,8% от общего числа посетителей страницы, то есть 2/3 посетителей по возрасту принадлежат планируемой целевой аудитории. Причем мужчины составляют 34% читателей, женщины – 66%. По данным статистики «ВКонтакте» просмотры страницы с мобильных устройств составляют 69,51%, а просмотры с компьютеров – 30,49%.

Географический охват читателей с 01.12.2017 по 01.09.2018 представлен в таблице 3.

Таблица 3

Географический охват читателей страницы БАН во «ВКонтакте»

Table 3

Geographic coverage of readers at RASL's VKontakte page

Страна	Количество %
Россия	93,59
Беларусь	1,34
Казахстан	1,24
Германия	0,54
Украина	0,54
Другие	2,74
Город	Количество %
Санкт-Петербург	68,40
Москва	5,36
Новосибирск	0,88
Екатеринбург	0,81
Нижний Новгород	0,52
Другие	24,03

Количественные показатели страницы БАН во «ВКонтакте» на основе статистических данных встроенного сервиса представлены в таблице 4.

Анализ посещений сайта БАН с использованием Google Analytics (<https://analytics.google.com>), результаты которого представлены в таблице 5, показал увеличение количества пользователей сайта библиотеки www.rasl.ru, перешедших из социальных сетей с 01.12.2017 по 01.09.2018. На основании этих данных можно сделать вывод о расширении спектра информационных каналов для привлечения пользователей посредством канала Social.

Таблица 4

Количественные показатели страницы БАН во «ВКонтакте»

Table 4

Quantitative indicators of the RASL's VKontakte page

Количество публикаций всего	438
Количество публикаций в день с 01.12.2017 по 01.09.2018	1,6
Количество сообщений собственной генерации с 01.12.2017 по 01.09.2018	358
Количество просмотров поста максимальное (полный охват)	1132
Среднее количество просмотров за 300 постов	169
Общее количество уникальных посетителей за последние 30 дней (август 2018)	272
Общее количество уникальных посетителей с 01.12.2017 по 01.09.2018	5 566
Полный охват с 01.12.2017 по 01.09.2018	45 591
Лайки с 01.12.2017 по 01.09.2018	2 159
Комментарии к постам с 01.12.2017 по 01.09.2018	52
Виральность контента (число репостов) с 01.12.2017 по 01.09.2018	189
Вовлеченность	5,26%

Таблица 5

Переходы на сайт БАН из социальных сетей

Table 5

Moving from social networks to RASL's website

Социальная сеть	Сеансы	Просмотры страниц
VKontakte	1980 (82,16%)	7017 (92,40%)
Facebook	423 (17,55%)	568 (7,48%)
foursquare	2 (0,08%)	3 (0,04%)
Blogger	1 (0,04%)	2 (0,03%)
Instagram	1 (0,04%)	1 (0,01%)
LiveJournal	1 (0,04%)	1 (0,01%)
YouTube	1 (0,04%)	1 (0,01%)

Заключение

В современном библиотечном процессе социальные сети являются общепризнанным инструментом, позволяющим развивать удаленные сервисы, эффективно использовать и расширять электронную библиотеку, обеспечивать максимальный доступ к имеющейся информации как в режиме реального посещения библиотеки, так и в удаленном доступе.

Для БАН приведен обоснованный выбор соцсетей с учетом стратегических целей и задач. Такими социальными сетями стали «ВКонтакте», Facebook и Instagram. На примере страницы БАН во «ВКонтакте» (как базового представительства БАН в социальных медиа и наиболее распространенной в России сети) приведены статистические данные публичной страницы, полученные при помощи встроенного сервиса платформы vk.com и Google Analytics. Они показывают результативность проводимой деятельности, проявляющуюся в увеличении числа посетителей страницы во «ВКонтакте» и официального сайта библиотеки www.rasl.ru. Возрастной анализ показывает, что более 2/3 читателей составляет молодежь до 35 лет, что соответствует планируемой целевой аудитории.

Планируется развивать деятельность в социальных сетях, в частности, представление БАН в Facebook и Instagram для международной аудитории с переводом основных публикаций на английский язык. Планомерное и систематическое использование новых информационных каналов (в дополнение к уже имеющимся официальному сайту библиотеки и электронному каталогу) позволит привлечь новую аудиторию пользователей, заинтересовать и удержать существующую, сделать пользователей социальных сетей активными читателями.

Список источников

References

1. Каждому возрасту – свои сети 12.02.2-18 // Пресс-выпуск / ВЦИОМ. 2018. № 3577. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (дата обращения: 01.09.2018).
2. Редькина Н. С., Драцкая М. Е. Внедрение инноваций и технологические процессы научной библиотеки в условиях развивающейся веб-среды // Библиосфера. 2012. № 2. С. 33–42.
3. Редькина Н. С. «Библиотеки в облаках», или Возможности использования перспективных информационных технологий // Научные и технические библиотеки. 2011. № 8. С. 44–53.
4. Редькина Н. С. Оценка деятельности библиотеки в социальных сетях инструментами веб-аналитики // Научные и технические библиотеки. 2018. № 3. С. 17–24.
5. Свергунова Н. М. Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде // Научные и технические библиотеки. 2016. № 5. С. 52–58.
6. Ударцева О. М., Рыхторова А. Е. Использование инструментов веб-аналитики в оценке эффективности способов продвижения библиотечных ресурсов // Библиосфера. 2018. № 2. С. 93–99. DOI: 10.20913/1815-3186-2018-2-93-99.
7. Устав Библиотеки Российской академии наук. URL: <http://rasl.ru/library/ustav-ban.pdf> (дата обращения: 01.09.2018).
8. Шрайберг Я. Л. Библиотеки и Интернет: единство и борьба противоположностей и загадочные перспективы в изменяющейся социокультурной и информационной среде : ежегод. докл. конф. «Крым». Год 2014 // Научные и технические библиотеки. 2014. № 10. С. 5–51.
1. Specific networks for each age 12.02.2-18. *Press-vypusk VTsIOM*, 2018, 3577. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (accessed 01.09.2018). (In Russ.).
2. Redkina N. S., Dratskaya M. E. Innovation implementation and technological processes of a research library in conditions of developing web environment. *Bibliosphere*, 2012, 2, 33–42. (In Russ.).
3. Redkina N. S. «Libraries in the clouds», or opportunities for using advanced information technologies. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2011, 8, 44–53. (In Russ.).
4. Redkina N. S. Evaluating libraries' activities in social media with web-analytics tools. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2018, 3, 17–24. (In Russ.).
5. Svergunova N. Libraries in social networks: a need or tribute to fashion? *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2016, 5, 52–58. (In Russ.).
6. Udartseva O. M., Rykhtorova A. E. Using web analytics tools to assess the means effectiveness for promoting library resources. *Bibliosphere*, 2018, 2, 93–99. (In Russ.). DOI: 10.20913/1815-3186-2018-2-93-99.
7. Regulations of the Russian Academy of Sciences Library. URL: <http://rasl.ru/library/ustav-ban.pdf> (accessed 01.09.2018). (In Russ.).
8. Shraiberg Y. L. Libraries and the Internet: the unity and struggle of opposites and mysterious perspectives in a changing sociocultural and information environment : annu. rep. of conf. «Crimea». 2014. *Nauchnye i tekhnicheskie biblioteki*, 2014, 10, 5–51. (In Russ.).

Материал поступил в редакцию 11.09.2018 г.

Сведения об авторах: Катueva Ярослава Владимировна – кандидат технических наук, старший научный сотрудник БАН, ORCID: 0000-0001-5094-2336,
 Боримова Анна Александровна – инженер БАН, ORCID: 0000-0002-5000-9615,
 Новоселова Анна Николаевна – главный хранитель БАН, ORCID: 0000-0003-0463-5997,
 Ашихмин Алексей Алексеевич – библиотекарь БАН, ORCID: 0000-0002-3280-6020