

МУК централизованная библиотечная система г.Арзамаса
Центральная городская библиотека им. А.М.Горького
Методический отдел

И.Н.ОГНЕВА

БИБЛИОТЕКИ И СОЦИАЛЬНЫЕ МЕДИА

Выступления и доклады

Арзамас 2011

Огнева, И.Н. Библиотеки и социальные медиа : выступления и доклады / И.Н.Огнева. - Арзамас, 2011. - 27 с.

Библиотека и социальные медиа: доклад на Межрегиональной научно-практической конференции «Библиотечное пространство: медиа – информация – культура», Архангельск, 26-26 октября 2011 г.

Интернет шагает по стране семимильными шагами. Сегодня услугами сети пользуется каждый третий россиянин, рост интернет-аудитории за последний год составил 22 %. По мнению экспертов, через 5 лет интернетом будут пользоваться все жители России. Самая динамично развивающаяся среда – социальные медиа. Это не случайно, ведь они являются центром диалога с пользователями, которые сами решают, какой контент им потреблять. Они способствуют налаживанию контактов между людьми, помогают оперативно решать вопросы, заводить новые отношения, преодолевать географическую изоляцию. Здесь обе стороны взаимодействуют на равных правах.

Если библиотека хочет быть современной, ориентированной на пользователя, она должна обратить внимание на **социальные медиа** и работу в них. В этой среде могут быть равны и крупные библиотеки, и библиотеки небольших городов и сел. Ведь библиотека – это не только книги, в первую очередь это – люди. Если мы хотим привлечь новых пользователей и не потерять старых, то в работе с ними нужно поставить следующие цели: вовлечение, сотрудничество, участие. В их достижении могут помочь социальные медиа.

Что же такое социальные медиа? Однозначного определения пока не существует. Это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой. Общение может принимать различные формы – пользователи могут делиться своим мнением, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, а также делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой, рекомендациями.

Что может использовать библиотека? Прежде всего блоги, социальные сети, хостинги для размещения изображений и видео. Рассмотрим возможности, не требующие финансовых

затрат, но способствующие укреплению имиджа библиотеки и диалогу с пользователями, на примере МУК централизованная библиотечная система г.Арзамаса Нижегородской области.

Блоги.

Блог – размещенный в Интернете дневник одного или нескольких пользователей. Популярные платформы для блогов - LiveJournal, Blogger, WordPress. Можно сказать, что блог – это разновидность веб-сайта, где записи расположены в обратном хронологическом порядке. Блог может представлять личность или библиотеку, отдел библиотеки или библиотечное сообщество. Самое главное, что в нем есть записи на библиотечные темы. Формы подачи материалов могут быть разнообразны – короткое сообщение, заметка, выступление, статья, сценарий. Здесь можно разместить не только текст или фотографию, но и электронную презентацию, аудиозапись, видеоролик и даже целую брошюру. Есть возможность оставлять комментарии, а это значит, что в любой момент можно вернуться к опубликованным материалам и обсудить их.

Зачем нужен блог, если есть сайт? Сайт предназначен для предоставления удаленных библиотечных услуг (поиск в электронном каталоге, заказ литературы, продление, виртуальная справка), для его поддержки нужна команда специалистов, разработчиков, автоматизаторов, программистов. Блог – это «неофициальное лицо» библиотеки, он удобен для предоставления оперативной информации, служит элементом рекламы библиотеки и интерактивной связи с читателями. В отличие от официального сайта блогов может быть несколько, вести их могут сами библиотекари. В докладе Я.Л.Шрайберга на Крымской конференции в июне 2011 г. прозвучало, что в библиотеке должно быть несколько блогов, в т. ч. личный блог директора.

В 2011 г. в МУК ЦБС г.Арзамаса развиваются три блога – «Библиомания», «Одиннадцатый» и «Маматека», созданных на платформе «Blogger». Платформа позволяет не прибегать к программированию и не заботиться об установке и настройке

программного обеспечения. Сервис позволяет создать индивидуальный стиль блога, менять оформление, добавлять гаджеты и виджеты¹.

«Библиомания» <http://bibliomaniya.blogspot.com/> — блог для библиотекарей, которым интересны не только книги. Здесь в первую очередь рассматриваются профессиональные вопросы, но публикуется много материалов, интересных любому пользователю. Среди популярных сообщений, посвященных чтению – «23 апреля Всемирный день книги. А что именно вы читали в последний раз?», «Шпаргалка по книжным рекомендательным сервисам», информ-обозрение «Хоррор» и др. Формат блога и его методическая направленность позволяют привлечь внимание к опыту других библиотек.

«Одиннадцатый» <http://odinnadz.blogspot.com/> — блог библиотеки-музея истории микрорайона №11 им.И.П.Склярова г.Арзамаса Нижегородской области. Эта библиотека расположена в особом месте – микрорайоне №11, построенном в 1988 г. для пострадавших от взрыва на станции Арзамас-І. Здесь создан уникальный музей арзамасской катастрофы. Поэтому основное направление блога – краеведческое. Говоря о книгах и чтении, в первую очередь рассказываем о том, что нам близко и дорого, например, «Арзамасская катастрофа в книгах», «Петр Васильевич Еремеев. Автобиография», «С.Клюева «Стихи приходят на рассвете».

«Маматека» <http://mamateka.blogspot.com/> — тематический библиотечный блог для мам, виртуальное продолжение проекта «Материнское чтение»². Особенностью блога является то, что каждое сообщение завершается рекомендацией конкретной книги, которая имеется в фонде библиотек. Среди публикаций – «Как читать малышу?», «Нужны ли детям страшные сказки?».

¹ Виджет – элемент управления, информационный блок, графический элемент интерфейса сайта, который берёт данные извне сайта. Гаджет (от английского gadget – приспособление) – небольшое приложение, предоставляющее дополнительную информацию.

² Проект «Материнское чтение» - победитель городского конкурса проектов в области культуры «Творческая инициатива», был реализован в 2008 г.

«Как оттащить ребенка от компьютера?», «Отдых с детьми: секреты, советы, особенности».

Ведется **микроблог «ЦБС г.Арзамаса» в Твиттер**, где мы говорим о будущих мероприятиях и новинках, кратко сообщаем свои новости, даем полезные ссылки. За последнее время возросла роль одного из самых популярных сервисов микроблогов **«Твиттер»**. Он удобен как источник оперативной лаконичной информации. Самое главное в Твиттере – всего 140 символов и ничего лишнего. Здесь можно сформировать список людей и компаний (издательств, СМИ, организаций), сообщения которых вам интересны с профессиональной точки зрения. Сервис позволяет общаться с интересными вам людьми, в том числе с вашими читателями, оперативно обмениваться информацией.

Несколько советов, **что может быть в библиотечных «твитах»:**

- Ссылки на полезный материал, который опубликован на вашем или стороннем ресурсе;
- Анонс (приглашение, ссылка) мероприятия, которое может заинтересовать ваших читателей;
- Профессиональный совет или рекомендация;
- Ссылка на новость, которая касается библиотечной деятельности;
- Сообщения об изменениях на вашем ресурсе;
- Ответы на «твиты» пользователей, чьи ленты вы регулярно читаете;
- Сообщение об интересном факте;
- Ссылка на интервью с интересным человеком;
- Запрос на читательское мнение о конкретном событии;
- Поздравление читателей с праздником.

Социальные сети.

Социальные сети основаны на сообществах пользователей, разделяющих общие интересы и занимающихся схожими видами деятельности. Они отличаются друг от друга не только размером и составом аудитории, но и возможностями

продвижения. Часто пользователи зарегистрированы в нескольких социальных сетях, но предпочтение все-таки отдается какой-то одной. Одна из обычных черт социальных сетей – это система «друзей» и «групп». Люди все чаще доверяют рекомендациям своих контактов и данным своих подписок из социальных сетей.

Группы и страницы в социальных сетях позволяют привлечь пользователей к деятельности библиотеки, дают возможность достаточно быстро установить неформальный контакт. В сетях люди оказываются более открытыми, чем в реальной жизни, в большей степени готовы общаться и делиться информацией. Вовлеченность российской аудитории в социальные сети – самая высокая в мире.

Основная аудитория в России сосредоточена в трех крупнейших проектах – «ВКонтакте», «МойМир» и «Одноклассники». Считается, что «ВКонтакте» – это социальная сеть для молодых, пользователи «в возрасте» традиционно предпочитают «Мой мир» и «Одноклассники». Всемирным лидером является «Фейсбук», который выбирает наиболее «продвинутая» часть аудитории.

«**ВКонтакте**» изначально позиционировал себя в качестве социальной сети для студентов и выпускников российских ВУЗов, затем — как универсальный способ связи для всех социальных групп и возрастов. Здесь предусмотрены создание групп по интересам, загрузка фотографий, аудиозаписей и видео, обсуждения, заметки, возможность создавать и использовать приложения и т.д. Эту сеть чаще всего библиотеки используют для создания своих групп, где публикуют новости, знакомят с новыми поступлениями, оперативно отвечают на вопросы пользователей, проводят опросы и конкурсы. Количество групп растет буквально на глазах. Для развития сотрудничества между ними создана группа «Кольцо библиотечных групп».

Наша группа «ВКонтакте» «**Библиомания (г.Арзамас)**» в июне насчитывает 531 участника. На сегодняшний день в группе открыто 40 тем, среди которых «Скоро в библиотеке», «Любителям любовных романов», «27 книг, которые надо

прочитать до 27 лет», «Книга, которая меняет мировоззрение», «Какую книгу Вы бы посоветовали другим?» и др. Практика показывает, что наибольший интерес вызывают дискуссионные темы («Какой (какие) из поступков литературных героев Вы хотели бы совершить?», «5 книг, которые я терпеть не могу!») и игры («Ответь на вопрос с помощью книги, которую читаешь», «Ассоциации»). Почти все аудио и видеозаписи в альбомах связаны с книгами («Книгофильмы», «Вспомним о войне», «Что читать?»). Альбомы группы позволяют разместить огромное количество фотографий (у нас в 36 альбомах находится 1222 фотографии), которыми можно делиться с участниками. Эту возможность мы уже неоднократно использовали при общении со своими партнерами и посетителями массовых мероприятий.

Самая популярная социальная сеть в мире - «Фейсбук». В России за последний год она показывала ошеломляющие темпы роста. Пока «Фейсбук» не конкурент «В контакте» по охвату аудитории, но у нее есть своя ниша. На Фейсбуке можно создать группу или страницу. Группы лучше использовать для организации краткосрочных нерегулярных событий, например, обсуждения или проведения мероприятия. Страницы больше подходят для долгосрочных проектов, например, представительства библиотек. На странице можно размещать фотографии и видеозаписи, посвященные вашей библиотеке, контакты и часы работы, информацию о новых поступлениях и интересные ссылки (в т.ч. и на библиотечный сайт); можно проводить конкурсы и онлайн-опросы.

Фейсбук последнее время активно осваивается российскими библиотеками, которые создают страницы, например, «Архангельская областная научная библиотека им. Н. А. Добролюбова», «Научно-методический отдел РГДБ», «Школьные библиотеки г. Новоуральска Свердловской области», «Ашукинская библиотека» (городская библиотека-филиал МИКПУ «ЦБС Пушкинского муниципального района Московской области»). Мы ведем две страницы:

- «Централизованная библиотечная система г.Арзамаса» - официальное представительство МУК ЦБС;

- «Библиомания» - для библиотекарей, которым интересны не только книги.

«Мой мир» - русскоязычная социальная сеть, соединяющая на странице пользователя действия на основных порталах Mail.ru. Как и в других социальных сетях, задача проекта «Мой мир» — помощь в поиске знакомых, коллег, друзей и родных. Здесь можно общаться с помощью личных сообщений, дарить друг другу виртуальные презенты, выражать эмоции, размещать свои фотографии и видеоролики, иметь личный блог и читать блоги других участников, загружать песни и слушать музыку. Библиотечные группы здесь представляют сообщества библиотекарей, но в качестве пользователей зарегистрировано множество библиотек, например, «ЦРБ им.Пушкина», «МУ Библиотека г. Бакала», «Онежская библиотека».

В «**Одноклассниках**» существуют библиотечные группы, в которых библиотекари обсуждают свои общие профессиональные проблемы, делятся впечатлениями о конференциях, обсуждают последние новости в библиотечном мире, находится место и для юмора. Существуют и группы, представляющие отдельные библиотеки, например, Хасавюртовская центральная городская библиотека.

Зачем создавать группу в социальных сетях?

- У вас появится возможность заявить о себе огромнейшей аудитории.
- Группа в социальной сети – это прямое общение с читателями. Станьте к ним ближе, общайтесь с ними! Возможно, они станут вашими друзьями и партнерами. Социальные сети разрушают грани – это их главное достоинство.
- Вы можете оперативно узнать мнение пользователей по поводу проходящей акции или изменения режима работы, выяснить их пожелания и предпочтения.
- Группа дает прекрасную возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах или мероприятиях и распространить эту информацию дальше. Рекламируйте свои библиотеки и услуги.

Существует различные типы социальных медиа, которые я не затронула в этом докладе - фото и видеосервисы, геолокационные сервисы, социальные новости и закладки и т.д. Но это тема уже для следующего разговора.

В заключение несколько советов, **как начать свое продвижение в социальных медиа.**

- Выберите форму площадок для работы в социальных медиа (блог, страница или группа в социальной сети, видеоканал на хостинге Youtube и т.д.)
- Придумайте стиль, опишите основные принципы, создайте ключевые тексты, подберите аватары.
- Разработайте концепцию (примерный перечень тематических разделов для страницы, частота наполнения, использование аудио-видеоматериалов, примерный «редакционный план» на первые месяц-два работы).
- Подберите базовую информацию для наполнения страницы на первые две-три недели ее функционирования.
- Постарайтесь оптимально организовать работу (порядок создания «редакционного плана» и контента для наполнения площадок в социальных медиа, распределение обязанностей).
- Не забывайте, что контент в социальных медиа – это повод для беседы. Старайтесь создавать тексты, подразумевающие дискуссии в комментариях. Пишите ясно и просто, чтобы было легко разобратся неискушенному читателю. Разьясняйте все, что нужно и можно разьяснить и объяснить.

И запомните - если вас нет в социальных медиа, значит, там есть кто-то другой.

Социальные медиа как среда для продвижения и развития библиотеки: доклад на III Международной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов «Библиотеки в информационном пространстве: проблемы и тенденции развития», Минск, 1–2 нояб. 2011 г.³

Почему библиотеке так важно вести работу в социальных медиа? Сейчас библиотеке недостаточно просто предлагать свои услуги. В условиях, когда читатели массово превращаются в удаленных пользователей, когда происходит глобальное отчуждение аудитории от книги, библиотекарям нужно найти новую модель взаимодействия с читателями. Необходимо активно позиционировать библиотеки, а тем самым продвижение их услуг, чтения и книги на различных социальных медиа-площадках.

Сегодня услугами интернета пользуется каждый третий россиянин, рост интернет-аудитории за последний год составил 22%. По прогнозам, через 5 лет интернетом будут пользоваться все жители России. Вовлеченность российской аудитории в социальные сети – самая высокая в мире. Люди все чаще доверяют рекомендациям своих контактов и данным своих подписок из социальных сетей. Феномен социальных сетей давно стал международным. Социальными сетями охвачено около 60% активных интернет-пользователей всего мира. Темпы развития выхода в интернет с мобильных устройств уже могут

³ Библиотеки в информационном пространстве : проблемы и тенденции развития : материалы III Междунар. науч. конф. молодых ученых и специалистов, Минск, 1–2 нояб. 2011 г. [Электронный ресурс] / Нац. акад. наук Беларуси, Центр. науч. б-ка им. Якуба Коласа ; [ред. кол.: Л.А.Авгуль, Н.Ю.Берёзкина (отв. ред.), О.М.Дрозд, М.П.Лазерко, А.В.Стефанович; библиогр. ред. Е.А.Бондаренко ; ред. М.М.Лис ; рец.: Р.Б.Григянец, Н.А.Яцевич]. – Электрон. дан. – Минск : Ковчег, 2011. – 1 электрон. опт. диск (CD ROM) ; 12 см. – Систем. требования : IBM-совместимый PC ; 256 Мб RAM ; VGA ; Windows 2000 / xp / Vista ; CD ROM дисковод ; мышь. – Загл. с экрана.

конкурировать с проводными сетями. Почти половина молодежи 12 – 24 лет пользуется мобильными телефонами для выхода в интернет.

Социальные медиа – самая динамично развивающаяся среда. Постоянно происходит интеграция платформ: упрощенная авторизация пользователей социальных сетей на других ресурсах, кросспостинг, возможность размещать анонсы из различных источников в блогах и социальных сетях и т.д. Даже само определение социальных медиа еще не устоялось. Можно сказать, что это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой, делиться мнениями, новостями, информацией, разнообразными материалами. Социальные медиа доступны всем ежедневно 24 часа в сутки в любом месте земли. Если библиотека хочет быть современной, ориентированной на пользователя, она должна обратить внимание на социальные медиа и действовать в них.

Что может использовать библиотека? Прежде всего блоги, социальные сети, хостинги для размещения изображений и видео.

Блог является «неофициальным лицом» библиотеки, он удобен для предоставления оперативной информации, служит элементом рекламы библиотеки и интерактивной связи с читателями. Если библиотечные сайты выполняют такие функции, как:

- информационная,
- кумулятивная,
- навигационно-поисковая,
- ориентирующая,
- коммуникативная,

то у блогов можно выделить функции:

- самопрезентации,
- саморазвития и/ или рефлексии,
- коммуникативную,
- развлечения,
- мемуаров.

Блоги отличаются доступностью, относительной легкостью публикаций, отсутствием пространственных и временных ограничений, оперативностью взаимодействия. В них можно опубликовать не только текст или фотографию, но и презентацию, аудиозапись, видеоролик, брошюру. Блог может представлять личность или библиотеку, отдел библиотеки или сообщество.

В отличие от официального сайта библиотечных блогов может быть несколько и разной тематики. Например, МУК централизованная библиотечная система г.Арзамаса Нижегородской области ведет три блога:

- «Библиомания» рассказывает о самом интересном в библиотеках. Здесь можно найти новую информацию о чтении и книгах, Интернете и социальных сетях и многое другое.
- «Одиннадцатый» - краеведческий блог. Он представляет уникальный музей арзамасской катастрофы, созданный в библиотеке-филиале №8.
- «Маматека» - семейный блог, интересный и полезный прежде всего мамам. Каждое сообщение в нем заканчивается рекомендацией книги, которая имеется в наших фондах.

Приведу несколько примеров блогов, созданных в вузовских библиотеках.

В Научной библиотеке университета Удмуртского государственного университета, в дополнение к сайту, поддерживаются два блога:

- «Библиорелакс». Его ведущие показывают, что говорить о работе библиотеки и о книгах можно «не в лоб», а между делом. «Жизнь не должна уподобляться постоянно повторяющейся мыльной опере. Если вы обнаружили, что застряли в одной и той же рутине, сделайте что-то другое. Смена места и физическая деятельность поможет вам расслабиться и уйти от монотонности и разочарования обыденностью». Отличительной особенностью блога является отсылка во многих постах к электронному каталогу, например, сообщение «Пророческие сны – по знакам зодиака» заканчивается словами

«Разгадать сны Вам помогут толкователи снов из фонда НБ УдГУ» и переходом на библиографическую справку.

- «Обработка». Блог отдела научной обработки документов НБ УдГУ включает страницы «Основы информационной культуры», «Э-метрики», «Страничка каталогизатора», «Нормирование труда».

Примером использования коммуникационных средств социальных медиа в образовательных целях является блог «Информационная эвристика». Он создан для информационной поддержки одноимённого учебного курса, проводимого сотрудниками Научной библиотеки Уральского государственного университета им. А.М. Горького для магистрантов, аспирантов и молодых преподавателей. Материалы блога могут быть использованы в программах учебных дисциплин для студентов, включающих тематику поиска, отбора, оценки и использования информационных ресурсов. Учебно-методический комплекс блога состоит из программы курса, электронных презентаций, лекций, дополнительных материалов и полезных ссылок, а также итогового теста, оценивающего уровень знаний по данной дисциплине.

За последнее время возросла роль одного из самых популярных сервисов микроблогов «**Твиттер**». Он удобен как источник оперативной лаконичной информации. Несколько советов, что может быть в библиотечных «твитах»:

- Ссылки на полезный материал, который опубликован на вашем или стороннем ресурсе;
- Анонс (приглашение, ссылка) мероприятия, которое может заинтересовать ваших читателей;
- Профессиональный совет или рекомендация;
- Ссылка на новость, которая касается библиотечной деятельности;
- Сообщения об изменениях на вашем ресурсе;
- Ответы на «твиты» пользователей, чьи ленты вы регулярно читаете;

- Сообщение об интересном факте;
- Ссылка на интервью с интересным человеком;
- Запрос на читательское мнение о конкретном событии;
- Поздравление читателей с праздником.

Одним из самых популярных и востребованных средств коммуникации являются **социальные сети**. Всемирным лидером является социальная сеть «Фейсбук», в России наибольшей популярностью пользуется «Вконтакте». Социальные сети разрушают грани – это их главное достоинство.

Присутствие библиотеки в социальных сетях уже не мода, а необходимость. Здесь библиотека может публиковать новости (причем не только из жизни библиотек), знакомить с новыми поступлениями и интересными материалами, оперативно отвечать на вопросы пользователей, проводить опросы, делиться фотографиями и видеоматериалами и т.д. Возможности социальных сетей для приглашений на мероприятия позволяют моментально получить обратную связь, обменяться комментариями, быть в курсе событий. Но самое главное, библиотека будет общаться со своими реальными и потенциальными читателями в привычной им среде, станет доступной даже в мобильном телефоне.

Развитие социальных сетей может принести библиотекам самые неожиданные партнерства, например, в одной из последних публикаций прозвучало предположение, что одним из вариантов развития «Вконтакте» «может быть интеграция сервиса в систему библиотеки ВУЗов. В этом случае речь может идти о создании почвы «для коллективного разума» и расширении сферы «общественного достояния»⁴.

Для продвижения библиотеки в виртуальной среде важно **делиться разнообразным контентом**, используя другие

⁴ Засурский, И. Эластичный рынок [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.chaskor.ru/article/elasticnyj_rynok_25072. – Дата доступа: 8.10.2011.

сервисы. Например, среди мультимедийных сервисов наибольшее распространение получил видеохостинг YouTube. Свои каналы здесь имеют многие библиотеки, в том числе и наша. Чаще всего размещают сюжеты о различных аспектах деятельности, самостоятельно созданные ролики о книгах и писателях, записи с конференций и библиотечных мероприятий. Библиотеки уже оценили преимущества YouTube – огромная аудитория, возможность «вирусного» распространения, наличие пользовательских комментариев.

Интеграция социальных медиа и библиотечного сайта позволяет привлечь новых пользователей на ресурс и открывает новые возможности для распространения контента. Для этого нужно добавить на сайт кнопки социальных медиа, которые дадут пользователям возможность делиться впечатлением и материалами. Ресурсы можно объединить ссылками друг на друга, анонсами публикаций.

Социальные медиа – среда для партнерства и диалога. Для библиотеки социальные медиа являются экономичным и при этом эффективным способом изучения мнений о библиотечных услугах, формирования положительного имиджа, налаживания эффективных коммуникаций с реальными и потенциальными пользователями. Независимо от того, что вы начнете использовать в продвижении библиотеки – социальные сети или библиотечный сайт с «налетом социальности» – важно начать диалог и обмен информацией между пользователем и библиотекой.

Что узнал Винни-Пух, или Социальные медиа как среда для продвижения библиотеки: доклад на интернет-конференции «Современная библиотека в новых форматах», 8-30 ноября 2011 г.⁵

«Это - жжжжжжжжжж - неспроста!»

Почему библиотеке так важно вести работу в социальных медиа? Сейчас библиотеке недостаточно просто предлагать свои услуги. В условиях, когда читатели массово превращаются в удаленных пользователей, когда происходит глобальное отчуждение аудитории от книги, библиотекарям нужно найти новую модель взаимодействия с читателями. Необходимо активно позиционировать библиотеки, а тем самым продвижение их услуг, чтения и книги на различных социальных медиа-площадках.

«Вот он влез еще немножко повыше... и еще немножко... и еще совсем-совсем немножко повыше...»

Сегодня услугами интернета пользуется каждый третий россиянин, рост интернет-аудитории за последний год составил 22%. По прогнозам, через 5 лет интернетом будут пользоваться все жители России. Вовлеченность российской аудитории в социальные сети – самая высокая в мире. Люди все чаще доверяют рекомендациям своих контактов и данным своих подписок из социальных сетей. Феномен социальных сетей давно стал международным. Социальными сетями охвачено около 60% активных интернет-пользователей всего мира. Темпы развития выхода в интернет с мобильных устройств уже могут конкурировать с проводными сетями. Почти половина молодежи 12 – 24 лет пользуется мобильными телефонами для выхода в интернет.

«Какой он, этот Слонопотам?»

Социальные медиа – самая динамично развивающаяся среда. Постоянно происходит интеграция платформ: упрощенная авторизация пользователей социальных сетей на других ресурсах, кросспостинг, возможность размещать анонсы из

⁵ <http://www.npbau.ru/ne-conf/2011-11-07-22-10-42/144-2011-11-20-06-26-57>

различных источников в блогах и социальных сетях и т.д. Даже само определение социальных медиа еще не устоялось. Можно сказать, что это набор онлайн-технологий, которые позволяют пользователям общаться между собой, делиться мнениями, новостями, информацией, разнообразными материалами. Социальные медиа доступны всем ежедневно 24 часа в сутки в любом месте земли. Если библиотека хочет быть современной, ориентированной на пользователя, она должна обратить внимание на социальные медиа и действовать в них. Сейчас чаще всего библиотеками используются блоги и социальные сети.

«Что значит «я»? «Я» бывают разные!»

Блог является «неофициальным лицом» библиотеки, он удобен для предоставления оперативной информации, служит элементом рекламы библиотеки и интерактивной связи с читателями. Блог может представлять личность или библиотеку, отдел библиотеки или сообщество. Блоги отличаются доступностью, относительной легкостью публикаций, отсутствием пространственных и временных ограничений, оперативностью взаимодействия. В них можно публиковать не только текст или фотографию, но и презентацию, аудиозапись, видеоролик, брошюру.

В отличие от официального сайта библиотечных блогов может быть несколько и разной тематики. На мой взгляд, пора от абстрактных «библиотечных блогов» переходить к тематическим блогам, ориентированным на определенную аудиторию. Например, МУК централизованная библиотечная система г.Арзамаса Нижегородской области ведет три тематических блога:

- «Библиомания» <http://bibliomaniya.blogspot.com/> — блог для библиотекарей, которым интересны не только книги. Здесь можно найти информацию о библиотеках, книгах, Интернете, музыке и многое другое.
- «Одиннадцатый» <http://odinnadz.blogspot.com/> — краеведческий блог. Он представляет уникальный музей арзамасской катастрофы, созданный в библиотеке-филиале №8.

- «Маматека» <http://mamateka.blogspot.com/> — семейный блог, интересный и полезный прежде всего мамам. Каждое сообщение в нем заканчивается рекомендацией книги, которая имеется в наших фондах. «Маматека» является виртуальным продолжением проекта «Материнское чтение», который был реализован в одной из наших библиотек несколько лет назад.

За последнее время возросла роль одного из самых популярных сервисов микроблогов «Твиттер», который удобен как источник оперативной лаконичной информации. Мы ведем официальный твиттер-аккаунт – «ЦБС г.Арзамаса». В 140 символах можно выразить многое. Например, в наших библиотечных «твитах» бывают:

- Ссылки на полезный материал, который опубликован на нашем или стороннем ресурсе;
- Анонс (приглашение, ссылка) мероприятия, которое может заинтересовать наших читателей;
- Профессиональный совет или рекомендация;
- Ссылка на новость, которая касается библиотечной деятельности;
- Сообщения об изменениях на нашем ресурсе;
- Ответы на «твиты» пользователей, чьи ленты мы регулярно читаете;
- Сообщение об интересном факте;
- Ссылка на интервью с интересным человеком;
- Поздравление читателей с праздником и т.д.

А когда Кролик спросил: «Тебе чего намазать - меду или сгущенного молока?» - Пух пришел в такой восторг, что выпалил: «И того и другого!»

Одним из самых популярных и востребованных средств коммуникации являются социальные сети. Социальные сети разрушают границы – это их главное достоинство. Часто пользователи зарегистрированы в нескольких социальных сетях, но предпочтение все-таки отдается какой-то одной. Всемирным лидером является «Фейсбук», в России наибольшей популярностью пользуется «Вконтакте».

Присутствие библиотеки в социальных сетях уже не мода, а необходимость. Здесь библиотека может публиковать новости (причем не только из жизни библиотек), знакомить с новыми поступлениями и интересными материалами, оперативно отвечать на вопросы пользователей, проводить опросы, делиться фотографиями и видеоматериалами и т.д. Возможности социальных сетей для приглашений на мероприятия позволяют моментально получить обратную связь, обменяться комментариями, быть в курсе событий. Но самое главное, библиотека будет общаться со своими реальными и потенциальными читателями в привычной им среде, станет доступной даже в мобильном телефоне.

В Арзамасе предпочитают быть «Вконтакте», поэтому именно здесь действуют группа для молодежи «Библиомания (г.Арзамас») и недавно созданная группа для детей и подростков «Детская библиотека им.А.П.Гайдара». Но наиболее продвинутые россияне выбирают «Фейсбук». На «Фейсбуке» поддерживаются страницы «Централизованная библиотечная система г.Арзамаса» (официальное представительство) и «Библиомания» (для профессионалов).

«Интересно, нет ли у тебя случайно воздушного шара?»

Для продвижения библиотеки в виртуальной среде важно делиться разнообразным контентом, используя другие сервисы. Например, среди мультимедийных сервисов наибольшее распространение получил видеохостинг YouTube. Свои каналы здесь сегодня имеют многие библиотеки, в том числе и наша. Чаще всего размещают сюжеты о различных аспектах деятельности, самостоятельно созданные ролики о книгах и писателях, записи с конференций и библиотечных мероприятий. Библиотеки уже оценили преимущества YouTube – огромная аудитория, возможность «вирусного» распространения, наличие пользовательских комментариев.

Перспективным мне кажется использование социальных закладок (сервисы со списками ссылок на сайты, которые интересны пользователю Интернета), вики (веб-сайт, структуру и содержимое которого могут самостоятельно изменять сам

пользователями с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом), геосоциальных сервисов (особенно в больших городах).

«Пойдем навестим всех-всех-всех, - - сказал Пух».

Действуя в социальных медиа, важно помнить про интеграцию с библиотечным сайтом. Ресурсы нужно объединить кнопками, ссылками друг на друга, анонсами публикаций. Это позволит привлечь новых пользователей на официальный сайт и откроет новые возможности для распространения контента.

«Я думал, думал и наконец все понял».

Социальные медиа – среда для партнерства и диалога. Для библиотеки социальные медиа являются экономичным и при этом эффективным способом изучения мнений о библиотечных услугах, формирования положительного имиджа, налаживания эффективных коммуникаций с реальными и потенциальными пользователями. Независимо от того, что вы начнете использовать в продвижении библиотеки – социальные сети или библиотечный сайт с «налетом социальности» – важно начать диалог и обмен информацией между пользователем и библиотекой.

«- Сказке конец? - спросил Кристофер Робин.

- Конец этой сказке. А есть и другие».

Двигаться дальше... Выступление на вебинаре «Библиотека в социальных медиа: переключки блогеров» в структуре программы не Конференции блогеров «Современная библиотека в новых форматах», 30 ноября 2011 г.⁶

Мы часто забываем, что библиотеке необходимо доказывать свою полезность, показывать – кому и зачем она нужна, т.е. заниматься своим продвижением. Сегодня нам необходимо делать это не только в реальной жизни, но и в виртуальном пространстве. Как мы будем использовать при этом социальные медиа, зависит от наших конкретных задач. Важно помнить, что социальные медиа – это не наша цель, а наш инструмент.

Лучше всего, если в самом начале работы вы разработаете стратегию, определите, где и как будут создаваться ваши виртуальные представительства, а главное - кто будет этим заниматься. Важно, чтобы окружающие знали и понимали, что социальные медиа – это работа, которая ведется не для вашей личной славы, а для продвижения библиотеки.

Официальным представительством библиотеки в Интернете является сайт. Объедините ваши виртуальные представительства на всех платформах ссылками друг на друга и разместите ссылки на сайте. Дайте пользователям возможность делиться вашими материалами в социальных медиа и комментировать их. Начните это делать сами. Чем больше людей поделится информацией с вашего сайта, тем более ценной она станет в глазах поисковых систем, а круг ваших потенциальных пользователей расширится. Часто библиотека не имеет возможности создать сайт. Выходом будет создание блога, который будет служить заменой сайту. Создать и вести его могут сами библиотекари, даже не очень «продвинутые».

Блоги могут вестись дополнительно к сайту. Самое главное – определить, зачем вы это делаете и для кого. Может быть, это будет тематический блог или блог-проект, или что-то другое.

Например, мы ведем тематические блоги:

⁶ [Вебинар "Библиотека в социальных медиа: переключки блогеров"](#)

- Блог «Маматека» - семейный, в первую очередь для мам. Это виртуальное продолжение нашего проекта «Материнское чтение».
- Блог «Одиннадцатый» - краеведческий. Его ведут работники библиотеки-филиала №8, расположенной в микрорайоне №11. В этой библиотеке создан уникальный музей арзамасской катастрофы, собрано много материала по истории микрорайона, построенного для пострадавших от взрыва на станции Арзамас I.
- Блог «Библиомания» для библиотекарей, которым интересны не только книги. Здесь в первую очередь рассматриваются профессиональные вопросы, но публикуется много материалов, интересных любому пользователю.

С самого начала важно знать, что авторы блогов должны уметь находить интересные читателям факты и уметь говорить неформально, ведь блог – это не место для «сухого» отчета.

Блоги для библиотеки – это не только информация, общение и реклама, но еще и виртуальные посетители. Мы постоянно говорим о востребованности блогов, которая подтверждается реальными цифрами. Но, к сожалению, проблемой многих является то, что использовать статистику блогов (в отличие от статистики сайта) официально мы не имеем права, хотя цифры виртуальных посещений уже сопоставимы с реальными.

Многие не хотят читать и писать большие тексты, поэтому растет роль микроблогов. Их особенности – лаконичность сообщений, удобство и быстрота подготовки постов. Самым популярным ресурсом является «Твиттер». Что может быть в библиотечных «твитах»?

- Ссылки на полезный материал, который опубликован на вашем или стороннем ресурсе;
- Анонс (приглашение, ссылка) мероприятия, которое может заинтересовать ваших читателей;
- Профессиональный совет или рекомендация;
- Ссылка на новость, которая касается библиотечной деятельности;
- Сообщения об изменениях на нашем ресурсе;
- Ответы на «твиты» пользователей, чьи ленты вы регулярно читаете;
- Сообщение об интересном факте;

- Ссылка на интервью с интересным человеком;
- Поздравление читателей с праздником и т.д.

Подробнее остановлюсь на социальных сетях. Присутствие в них библиотеки уже не мода, а необходимость. Сегодня многие уже не представляют жизни без социальных сетей, начиная и заканчивая день с просмотра обновлений. Социальные сети позволяют вам общаться с вашими читателями в привычной для них среде. Здесь библиотека может

- публиковать новости (причем не только из жизни библиотек),
- знакомить с новыми поступлениями и интересными материалами,
- оперативно отвечать на вопросы пользователей,
- проводить опросы,
- делиться фотографиями и видеоматериалами и многое другое.

Возможности сетей для приглашений на мероприятия позволяют моментально получить обратную связь, обменяться комментариями, быть в курсе событий.

Часто возникает вопрос, какую сеть выбрать? Нужно сначала определить, зачем и для кого вы будете работать. Будьте там, где могут оказаться ваши читатели (реальные или потенциальные). Ведь наша задача – показать, что библиотеки еще существуют, что они интересны и полезны. Вспомните про эффект «сарафанного радио», дайте повод для разговора. Для этого, на мой взгляд, лучше быть в нескольких сетях, а не в единственной. Ведь и наши пользователи часто зарегистрированы в нескольких социальных сетях, хотя предпочтение все-таки отдадут какой-то одной.

Считается, что «ВКонтакте» – это социальная сеть для молодых, пользователи «в возрасте» и в регионах традиционно предпочитают «Мой мир» и «Одноклассники». Мирового лидера – сеть «Фейсбук» предпочитают наиболее продвинутые пользователи.

Библиотеки активно используют «ВКонтакте», создавая там чаще всего группы. Но мало создать, с группой нужно работать, желательно ежедневно. Как? Проблемой для многих становится привлечение участников.

- Сначала придумайте название группы и подберите аватар. Название должно быть максимально коротким. Лучшим вариантом аватара является оригинальная картинка.
 - Описание группы должно быть максимально конкретным и емким. Достаточно 2-3 строк, больше пользователь читать не захочет.
 - Добавьте в «Ссылки» вашей группы ссылки на ваши другие виртуальные представительства, а в них – ссылку на группу.
 - Добавьте в группу аудио, видео и фотографии, которые прямо или косвенно относятся к вашей библиотеке.
 - Пригласите своих собственных друзей в группу и попросите сделать это других сотрудников библиотеки.
 - Напишите личные сообщения вашим читателям с индивидуальной просьбой вступить в группу и пригласить туда своих друзей, которых это может заинтересовать.
 - Разместите объявления в библиотеке, раздавайте визитки и флаеры вашим читателям и жителям города, упоминайте о группе на мероприятиях.
 - Обменяйтесь ссылками с группами-друзьями, которые вам близки тематически.
 - Ищите интересные темы для обсуждения, вовлекайте участников группы в разговор.
 - Организуйте конкурсы для вовлечения пользователей и привлечения новых участников среди их друзей.
 - Поздравляйте участников группы «С Днем рождения!». Пишите на их стене поздравления, используя книжно-библиотечные темы и прикрепляйте в подарок изображения.
 - Отмечайте на фотографиях и видео ваших читателей.
 - Добавьте интересные фото и видео со ссылками в описании на вашу группу в тематически близкие сообщества.
- Для поддержания активности и количества участников группы необходимо постоянно обновлять информацию, писать новости, добавлять альбомы, аудио и видеозаписи, открывать новые обсуждения и удалять спам. Публикуя свои новости «Вконтакте», помните про небольшой размер, простоту и доступность текста; емкость содержания. Постарайтесь показать, чем ПОЛЕЗНА ваша группа.

Оценивая работу с библиотечной группой, на первое место нужно поставить активность пользователей, критериями которой являются:

- Посещаемость. При нормальной вовлеченности пользователей группу ежедневно посещают 1-3% от всех участников (поэтому библиотечные группы из 10-12 человек – это несерьезно).
- Количество тем и сообщений в обсуждениях. Ведь в группу вступают прежде всего для того, чтобы общаться.
- Количество сообщений на стене, на которой не только администраторы, но и пользователи могут выкладывать фото, аудио, видео, задавать вопросы, делиться информацией, спрашивать или спорить.
- Частота новых сообщений, количество комментариев к записям и «лайков»
- Комментарии к фото и видео, количество «лайков».
- Участие в опросах.

На мой взгляд, работа в социальной сети не приводит к моментальному наглядному результату. Говоря языком маркетинга, вы повышаете узнаваемость бренда (т.е. - библиотеки), завоевываете лояльность пользователей, продвигаете свои услуги и ищите новых партнеров. Может быть, лучшим результатом вашей деятельности в сети станут новые совместные проекты с виртуальными друзьями, а не рост книговыдачи?

Будьте представительными, последовательными и полезными. Самое главное - чем быстрее вы начнете работать в социальных медиа сегодня, тем большим авторитетом будете обладать завтра.

Оглавление.

Библиотека и социальные медиа: доклад на Межрегиональной научно-практической конференции «Библиотечное пространство: медиа – информация – культура», Архангельск, 26-26 октября 2011 г.	1
Социальные медиа как среда для продвижения и развития библиотеки: доклад на III Международной научно-практической конференции молодых ученых и специалистов «Библиотеки в информационном пространстве: проблемы и тенденции развития», Минск, 1–2 ноября 2011 г.	11
Что узнал Винни-Пух, или Социальные медиа как среда для продвижения библиотеки: доклад на интернет-конференции «Современная библиотека в новых форматах», 8-30 ноября 2011 г.	17
Двигаться дальше... Выступление на вебинаре «Библиотека в социальных медиа: переключки блогеров», в структуре программы неКонференции блогеров «Современная библиотека в новых форматах», 30 ноября 2011 г.	22