

ЕСЛИ ТЕБЯ НЕТ В СЕТИ, ТЕБЯ НЕ СУЩЕСТВУЕТ!

Опыт продвижения книги и чтения в социальных сетях



Галина Борисовна Мирошниченко,
*главный библиограф отдела
каталогизации Муниципальной
информационной библиотечной
системы города Томска*



Анастасия Владимировна Радюхина,
*главный библиотекарь отдела
каталогизации Муниципальной
информационной библиотечной
системы города Томска*

Сегодня все большая часть населения проводит свою деловую и личную жизнь в глобальной сети Интернет. Пользователи приходят в социальные сети не только за общением, но и за информацией. Социальные сети — это современный формат, который позволяет оперативно донести необходимую информацию до пользователей в наглядном виде.

Муниципальная информационная библиотечная система города Томска (МИБС) начала свою деятельность в социальных сетях в 2013 году. В результате работы творческого коллектива отдела каталогизации в соцсети «ВКонтакте» появилась открытая группа «Калейдоскоп "Вдохновение"»: книги, чтение, общение» (vk.com/mibstomsk). (О начале работы и становлении группы подробнее можно ознакомиться в публикациях, указанных в конце статьи).

Группа рассчитана не только на реальных, физически присутствующих в библиотеке, но и на территориально удаленных пользователей. Основные задачи группы — продвижение бренда Муниципальной системы города Томска, со-

здание положительного имиджа библиотеки в целом, раскрытие фондов библиотек.

Участники группы. По данным на начало февраля 2017 года, в группе состоит более 2 тысяч подписчиков. Статистика показывает, что основной целевой аудиторией проекта являются люди старше 30 лет, преимущественно женщины. Они обладают широкими культурными запросами, любят чтение, хорошо знакомы с компьютером, являются активными пользователями социальных сетей.

Контент группы. Подписчикам группы предлагаются следующие тематические блоки:

1) брендовые новости — освещение мероприятий МИБС, книжных новинок, интересных книжных серий, новости библиотек;

2) литературные новости — интересные мировые новости, связанные с литературой, (литературные конкурсы, планы издательств, статистические данные о книгах и чтении, памятники книгам и др.);

3) библиотечные новости — интересные мировые новости, связанные с библиотеками,

(библиотечные конференции, библиотечные инновации, библиотечные идеи и др.);

4) тематические подборки книг — литература для детей и взрослых по жанрам, отраслям и темам;

5) новости города Томска и области — праздники, крупные мероприятия, события, новости общественной и культурной жизни;

6) праздничные и памятные даты — праздники, юбилейные даты известных людей, юбилейные даты исторических и культурных событий;

7) краеведческие материалы — книжные новинки, интересные факты о Томске и области, местные новости, анонсы мероприятий, интересные фотографии;

8) развлекательный сегмент — тематические картинки, коллажи, юмор, головоломки, мультфильмы.

Основу контента составляют авторские посты нескольких видов:

1. Посты-подборки литературы о писателях к юбилейным, памятным датам и дням рождения. Уделяется внимание не только современным авторам, но и классике — ретролитературе. Целевой аудитории группы интересно узнавать факты о литературе и писателях детства.

2. Посты-подборки краткой информации о выдающихся личностях (деятели культуры и искусства, исторические личности, политические деятели и пр.), включающие также аудио- и видеоматериалы.

3. Посты-календари. Информационные посты о календарных праздниках, событиях.

4. Посты-рекомендации. Подборки литературы в форматах «что почитать» или «новинки».

5. Посты-подборки детской литературы. Опыт работы показал, что они пользуются большой популярностью. Информация для детей доносится опосредованно через родителей и руководителей детским чтением. Посты содержат аудио- и видеоматериалы. Замечено, что такие новости хорошо распространяют по сети детские библиотеки (тем самым повышая рейтинг группы).

6. Посты с краеведческими материалами. Краеведение — важная и популярная тема. Круг читателей, интересующихся данной темой, довольно широк, но пользователи недостаточно информированы об имеющихся виртуальных ресурсах. Тематика представления краеведческой информации такова:

- книжные новинки по краеведению, интересные факты о Томске, местные новости, анон-

сы мероприятий, дни рождения известных томи-
чей;

- материалы МИБС — анонсы мероприятий, новости МИБС;

- тематические дайджесты по актуальным темам (история, экология, образование, культура и пр.), созданные сотрудниками МИБС. Дайджесты рассчитаны преимущественно на школьников. В группе создан альбом «Дайджесты МИБС», в котором и представлены данные ресурсы. На стене группы в блоке «Ссылки» размещены ссылки на сайты МИБС и электронный каталог, где можно найти и скачать полные тексты дайджестов. С мая 2016 года полные тексты доступны на новом краеведческом сайте МИБС «Томский литературный калейдоскоп» <http://kaleidoscope.library.tomsk.ru/>.

В структуру постов (в зависимости от типа) входят следующие основные элементы:

- краткая биографическая информация о персоне / событии / празднике;

- портрет персоны / тематическая иллюстрация;

- подборка книг из фондов библиотек МИБС;

- видеофайлы с экранизациями произведений / тематические видеоролики;

- аудиофайлы;

- ссылки на электронный каталог / официальный сайт МИБС <http://library.tomsk.ru/> / сайт «Томский литературный калейдоскоп» <http://kaleidoscope.library.tomsk.ru/>;

- ссылки на источники информации;

- хэштеги.

Для того чтобы книжные подборки «не терялись» на стене, в группе используются хэштеги. Объединяющим словом для книжных подборок является **#КВ_МИБС** (КВ = Калейдоскоп Вдохновение). Кроме того, используются персональные хэштеги группы: **#КВ_новинки**, **#КВ_событие**, **#КВ_искусство**, **#КВ_звезды**, **#КВ_видео**. В краеведческих постах, помимо основных, добавляются хэштеги **#краеведение**, **#Томск**.

Проблемы и трудности. Работа в социальных сетях — это ежедневный, планомерный, непрерывный процесс, который должен вызывать интерес у пользователей и сопровождаться личной заинтересованностью сотрудников, участвующих в создании группы. Остановимся на проблемах, которые встречаются в работе.

1. Трудозатраты и временные ресурсы. На этапе создания группы и поиска «своего контента» эти затраты особенно заметны. Но со време-

нем они снижаются, и уже возможно ограничивать работу в сети временными рамками.

2. Распространение информации о группе. Как набрать аудиторию с нуля в рамках правил Сети? Так как за массовое распространение сообщений в Сети могут заблокировать, было принято решение приглашать в друзья и затем отправлять приглашение из группы через разрешенный сервис «Пригласить друзей». В дальнейшем определенный процент пользователей сам находит группу и при желании вступает в нее.

3. Закрытость, обособленность библиотечного мира и библиотечных сообществ. Эта проблема решается сложнее. Определенный менталитет и стереотипы мешают раскрыться и выйти на язык и интересы пользователей Сети. Библиотечные сообщества часто существуют «на своей волне», и выходить из этой волны порой бывает трудно.

4. Использование чужого материала. Любая информация, взятая из других источников, должна сопровождаться ссылками на первоисточник. Часто проблемой является выяснение этого первоисточника (например, авторство иллюстраций).

5. Новизна информации. Постоянно находить новое, интересное, не повторяться, быть непохожими на другие группы с большими ресурсами для того, чтобы удержать и расширить свою аудиторию. Поддерживать информативную, конкурентоспособную группу в течение долгого времени достаточно сложно.

Перспективы. Дальнейшие перспективы работы группы видятся в следующем:

1. В целях повышения эффективности работы группы необходимо постоянно осваивать новые технологии и сервисы, предлагаемые разработчиками социальной сети.

2. Оставаться для пользователей площадкой с актуальными информационными ресурсами. Формировать контент группы преимущественно уникальными авторскими материалами.

3. Позиционировать группу как средство рекламы и продвижения деятельности библиотек.

4. Продолжать общение с пользователями — подписчиками группы, вовлекать их в библиотечную жизнь, стараясь сделать равноправными участниками библиотечного процесса.

В рамках статьи мы постарались раскрыть основные моменты деятельности. Но работа продолжается. Продолжается интеграция библиотек в сетевую деятельность. Продолжается процесс общения с виртуальными пользователями и привлечение новых читателей в библиотеки. Расширяется профессиональный круг общения и обмен опытом с коллегами.

ИСТОЧНИКИ:

Мирошниченко, Г. Б. Вдохновляемся в «ВКонтакте» / Г. Б. Мирошниченко, А. В. Радюхина // Современная библиотека. — 2016. — № 2. — С. 24-27.

Мирошниченко, Г. Б. Социальные сети как инструмент привлечения к чтению детей и юношества [Электронный ресурс] / Г. Б. Мирошниченко // Детские и юношеские библиотеки — стратегии инновационного развития : сборник докладов и сообщений Всероссийской научно-практической конференции «Детские и юношеские библиотеки — стратегии инновационного развития» (19-20 апр. 2016 г. ; Томск) / сост. Ю. С. Суворина ; ред. Л. Г. Духанина ; отв. за вып. В. П. Разумнова. — Томск : Томская областная детско-юношеская библиотека, 2016. — С. 76-81. — Режим доступа : http://elilb.odub.tomsk.ru/metodichki/2016/sbornik_vesna_2016.pdf, свободный (17.02.2017). — Загл. с экрана.