

## Соединённые сетью

В условиях активного развития информационных технологий Интернет стал уже не просто технологической средой, а местом обитания потенциальных читателей и для издателей, и для библиотекарей. По данным РАЭК, аудитория Рунета сегодня составляет 68,7 млн человек, её прирост за прошлый год составил 7%. Очевидно, что сегодня книга должна присутствовать там, где находится её целевая аудитория, т.е. в Сети. В связи с этим немалый интерес для изучения и распространения представляют инновационные модели продвижения книги и чтения, связанные прежде всего с современными информационными технологиями.

В настоящее время на территории России действуют более 700 библиотечных блогов, среди которых немало специальных проектов, направленных на продвижение чтения. В стране насчитывается более 200 видеоблогеров-буктьюберов (book tuber), которые помогают решать не менее важную задачу привлечения внимания к книге аудиовизуальными методами.

О правах автора и читателя в соцмедиа, о потенциале библиотечных блогеров и рекомендательных сервисах, о тонкостях влияния на читающую молодёжь и привлечении не читающих говорили эксперты круглого стола «Социальные медиа в пропаганде чтения», состоявшегося в рамках VIII Всероссийской конференции «Национальная программа поддержки и развития чтения: проблемы и перспективы».



**Иван ЗАСУРСКИЙ**, президент ассоциации интернет-издателей, заведующий кафедрой новых медиа и теории коммуникации факультета журналистики МГУ

Интернет — это часть электронной культуры, в которой главную роль играют изображение и звук. Люди гораздо проще воспринимают информацию устно или с помощью зрительных образов: в этом случае затрачивается меньше усилий на то, чтобы раскодировать послание. Я отношусь к тем людям, которые надеются, что появление Интернета даёт текстам вторую жизнь.

Когда мы говорим о том, что необходимо сохранять и передавать знания новым поколениям, нужно понимать, что у библиотек появилась новая роль. В условиях ужесточения авторского законодательства, ограничения доступа к современному контенту огромное количество книг, которые есть на рынке, можно легально получить только через библиотеки. В этой ситуации социальные сети с их аудиторией — это огромный потенциал для библиотек. При этом важно упростить процесс регистрации: с моей точки зрения, если пользователь соцсети зашёл на сайт библиотеки, он должен с помощью одного клика становиться зарегистрированным читателем. Для современных молодых людей это понятный формат, как и формат открытого доступа к исследовательским, учебным, дипломным работам, диссертациям.

Считаю, что библиотеки должны объединяться для сканирования и структурирования тех коллекций, которые уже перешли в общественное достояние. Сегодня нет никаких препятствий с точки зрения авторских прав, для того чтобы читать Толстого, Достоевского, Тургенева. Вопрос в том, в каком контексте возникает мотивация к знакомству с теми или иными произведениями, и здесь существует множество интересных явлений, которые заслуживают внимания исследователей. Возможно,

следует провести конкурс учебных работ, чтобы оценить, как меняется специфика чтения. У меня есть предположение, что сейчас станут читать больше коротких рассказов. В связи с этим библиотекам было бы целесообразно продвигать небольшие произведения классических писателей, потому что монументальные тома людям, привыкшим к твиттеру, преодолеть непросто. На мой взгляд, необходимо привлекать молодых людей в учебную, исследовательскую работу, связанную с изучением наших культурных ценностей.

Есть тренды, которые вселяют определённую надежду. Например, планируется, что с 2015 г. Рособнадзор будет проверять все дипломы на плагиат. А если нельзя будет списать, то логично ожидать роста спроса на первоисточники, качественную информацию. Библиотеки со своей стороны также должны сделать шаги навстречу, делая более доступной информацию для студентов, организовывая специальные пиар-программы, проекты, которые бы вовлекали молодых людей, объясняя, как пользоваться электронными ресурсами. Через библиотечный доступ можно получить практически все научные журналы, если знать, где их искать. Это тоже серьёзно стимулировало бы чтение.

Если говорить о будущем, я считаю, что мы движемся к ноосфере. Для меня это не абстрактный идеал. Гипертекстовые возможности литературных произведений будут расширяться. Предполагаю, что через три — пять лет в любом тексте можно будет искать цитаты. Если произойдёт интеграция баз данных, то по цитате станет возможным автоматически узнавать, из какого она произведения, купить эту книгу или прочитать её онлайн. В библиотеках всё это будет работать ещё лучше, потому что там доступ будет открытым. Нас ждёт колоссальная эволюция библиотечных систем и профессии библиотекаря в целом. Кто-то должен структурировать, организовывать информацию, объяснять людям, как получать к ней доступ, как правильно пользоваться поисковыми системами, метаданными.

Надеюсь, что РГБ, став оператором НЭБ, будет развивать эту тему в верном направлении. Но при всей моей любви к текстам считаю, что РГБ должна расширять фонды НЭБ за счёт музыки, кино, мультимедийного контента. Успех издателей нередко зависит от того, какие фильмы вышли о тех или иных писателях, литературных героях. Как только РГБ создаст такой оазис внутри библиотечного мира и люди, зарегистрированные в библиотеке, получат доступ к киноклассике, музыкальным коллекциям, это будет серьёзно содействовать развитию чтения.

Мы не знаем, какими будут социальные сети. С точки зрения интернет-экономики ситуация кардинально менялась несколько раз с 2001 г. Сейчас доминируют Facebook, iPhone и т.д. Но эта очевидность тоже года на три. Мы не представляем себе, какими техническими устройствами, социальными платформами люди будут пользоваться через три — пять лет. Я допускаю, что возникнут новые академические сети, ориентированные на решение социальных задач, запросов, более понятных с точки зрения библиотек. Могут появиться устройства с новыми возможностями, изменится законодательство об авторском праве. Считаю, что будут приняты исключения, которые сделают все советские служебные произведения доступными и за пределами библиотечных коллекций.

Что касается НЭБ, думаю, пора вводить такое понятие, как «открытые фонды», или «открытые коллекции». Все произведения из Public Domain, которые находятся в обороте, неважно, на какой платформе и в каких социальных сервисах, можно называть открытыми фондами НЭБ. Какая разница, с какого сервера человек читает Пушкина, Толстого или Чехова? Здесь гораздо важнее обращать внимание на общее потребление. И конечно, нужны проекты, позволяющие переводить произведения из текстовой формы в мультимедийную, для того чтобы расширить границы их потребления.



**Екатерина ШИБАЕВА**, координатор рабочей группы «Библиотеки и социальные медиа» РБА, главный специалист Управления специальных проектов РГБ

На Неконференции библиотечных блогеров в Екатеринбурге в 2014 г. были подведены итоги пятой переписи библиотечных блогов. В настоящее время на территории России действуют 712 библиотечных блогов, русскоязычные ресурсы есть на Украине, в Белоруссии, в Казахстане. Большинство из них были созданы в 2011 г. Сейчас создание блогов замедлилось, а библиотеки начали выходить в социальные сети.

Большинство блогов заменяют библиотекам сайты, при этом существует немало специальных проектов, направленных на продвижение чтения. Один из наиболее известных — блог хасавюртовской библиотеки по пропаганде творчества Расула Гамзатова. В таком стиле работают многие библиотеки, в первую очередь те, которые носят имя какого-то писателя. Такая деятельность бывает достаточно эффективной. Есть проекты, посвящённые прочитанным книгам, например победитель конкурса библиотечных блогов 2012 г. — проект «12 месяцев для чтения», в котором библиотекари рассказывают о тех книгах, которые они прочитали. Это рекомендательная библиография с авторским уклоном. Таких блогов тоже достаточно много. Есть проекты, посвящённые определённым местам. Например, портал «Чтение — 21» проводил конкурс «Крымские мотивы», победителем был признан проект, предлагавший размещать фотографии Крыма и иллюстрирующие их стихотворные отрывки. Широко распространены видеофорумы и создание буктрейлеров. Проект «Классика в неформате» — конкурс, в рамках которого библиотекари мотивировали читателей на создание видеороликов, посвящённых классической литературе. Блог «История кошки Маякошки» в библиотеке Кургана ведут профессиональные пиарщики, при этом они используют стихотворные фрагменты с указанием автора, полагая, что подростковая аудитория очень лирично настроена и хорошо реагирует на стихи.

Ещё один интересный проект — «Разговор с читателем», блог, в котором библиотекарь не столько рассказывает о том, что хранится в фондах, сколько ставит перед читателем разные проблемы, которые они затем совместно пытаются решить. Этот блог стал открытием на конференции РБА в Рязани. Его ведёт Рязанская детская библиотека, при этом статьи публикуются от имени девяти персонажей, которым соответствуют живые люди. Каждый из них пишет в своём стиле, разговаривая с детьми о том, что есть в библиотеке, какие мероприятия проводятся, о смысле жизни.



**Александра ВАХРУШЕВА**, заместитель директора Библиотеки-читальни им. И.С. Тургенева

В рамках «Ночи искусств — 2014» в столице прошли мастер-классы писателей и журналистов по написанию текстов. При этом мы столкнулись с той аудиторией, которая уже выросла в социальных сетях. Они привыкли к коротким текстам, им

комфортнее существовать в таких форматах, когда они рассказывают о себе и хотят услышать ответ от социума. Если раньше молодой человек имел возможность социализироваться через идеологическую структуру, то сегодня оценивают, насколько он успешен в соцсетях. Ему важно, сколько у него подписчиков, кто к нему приходит, сколько «лайков» получают его посты и т.п. По сути, социальная сеть — это дневник.

На встречу с Д. Алешковским на тему о том, как писать социально значимые тексты, пришла аудитория в возрасте от 35 лет. Этим людям было интересно узнать алгоритм, по которому можно написать просьбу о помощи. При этом особый интерес наблюдался и к литературе, которую нужно читать, чтобы научиться писать такие тексты. Считаю, что за подобными мастер-классами будущее и эту миссию должны взять на себя библиотеки, продвигая чтение как возможность подать себя в социальных сетях, при том, что соцмедиа сегодня являются новостной лентой.

Литература не успевает рефлексировать на тему современных событий. На страницах Прилепина, Ольшанского в соцсетях авторы выкладывают публикации на злобу дня, и это сегодня стало очень востребованным, частично заменяя людям современную литературу. Понятно, что классика — наше наследие, но время сжимается, а возможности человека за единицу времени возрастают. В библиотеке одна книга доступна одному человеку, а современным студентам интересен институт подписки, аналогичный технологии Bookmate. Библиотека должна стать точкой коллективного доступа к различным возможностям и технологиям. Здесь многое зависит от самого библиотекаря, от его профессионализма.

Библиотеки тоже учатся, развиваются вслед за социальными сетями. Например, мы стали активно выкладывать фотографии обложек новинок, которые поступают в фонд, и это является самой популярной информацией на странице. Это удобно: пользователь заходит сначала в соцсеть, потом на сайт библиотеки, а следующий клик — электронный каталог. Наши публикации про архивы или события такой аудитории не привлекают. Людям важно комфортное получение информации о книгах. При этом они делятся сведениями о том, что касается книжных новинок и о том, что происходит вокруг библиотеки.

Вообще, сама по себе библиотека — это тоже своеобразная социальная сеть.



**Галина ЕГОРОВА**, *председатель Координационного совета региональных центров чтения при НФ «Пушкинская библиотека», руководитель Центра книги и чтения Тверской ОУНБ им. М. Горького*

Есть много примеров, когда библиотеки находят партнёров в социальных сетях и осуществляют совместные проекты. На мой взгляд, в настоящее время библиотекари уже освоились в социальных медиа, процесс адаптации прошёл, и они перешли на следующий этап — обмена идеями и осуществления их на практике в библиотеках. Всё чаще в новостной ленте я вижу, как коллеги предлагают тот или иной проект и приглашают к участию в нём. Так, в ноябре 2014 г. 20 библиотек России провели совместную акцию «Ремарк. Осень». С предложением выступила Оренбургская центральная библиотека, коллеги развили эту идею, и в результате получился интересный проект. Коммуникации в соцсетях очень помогают при осуществлении сетевых проектов. Такие инициативы мы предлагали на портале «Чтение 21».

Все наши масштабные проекты последнего времени: «Малая родина», «Продвижение чтения» и «Книга соединяет столетия» — объединяет образовательная составляющая. В проектах участвуют библиотекари и читатели, которые совместно изучают социальные медиа, создание роликов, страниц в соцсетях, то, как писать сообщения в блоге, а потом участвуют с этими знаниями в объявленных конкурсах. Такая же технология была применена в проекте «Классика в неформате». Идея появилась и обсуждалась в соцсетях, инициаторами и организаторами стали три библиотеки, которые находятся в разных регионах нашей страны.

Когда библиотекари пришли в соцсети, они активно общались, но оказалось, что мы делаем это не для читателя, а для себя. Должна сказать, что о книгах библиотекари говорить не очень любят, а технологии, которые осуществляются в реальной жизни, они переносят в виртуальность, не всегда понимая, насколько эффективен такой подход. Нам здесь ещё нужно многому учиться. Большая проблема: что читают сами библиотекари и как обсуждают прочитанное. Много раз они пытались создать группы о чтении в различных соцсетях, но это не получалось. Сегодня у РГБ есть блог «Читательская гостиная», ВГБИЛ иногда представляет литературу в своём блоге, но по крайней мере до сегодняшнего момента мне не известно ни об одной группе, где библиотекари разговаривали бы о прочитанном.

А читатели в Сети с удовольствием говорят о прочитанном, и от библиотекаря они ждут рекомендаций о том, что читать, и прежде всего из современной литературы. Это то поле, которое мы должны осваивать.



**Ольга МИКЛАШЕВСКАЯ (Оля Понедельник), книжный блогер**

В России существуют уже более 200 видеоблогеров — буктьюберов (book — книга, tube — часть хостинга YouTube). Именно в этой соцсети и обитают ведущие персональных литературных онлайн-видеоканалов. Сегодня российские буктьюберы получают более 500 тыс. просмотров в месяц. В мире это движение возникло в 2009 г., а в России оно появилось в 2011 г. и развивалось параллельно. На зарубежном BookTube обсуждается преимущественно современная зарубежная литература, а конкретно то её направление, которое называется young adult, т.е. книги для подростков. У нас очень любят классику, при этом возраст буктьюберов в России — от 20 лет и до бесконечности.

Расскажу, как это работает. Недавно вышла книга «Театр черепаховой кошки». Издание выпущено в подростковой серии, тираж был небольшим. И получилось так, что спустя некоторое время он всё ещё лежал мёртвым грузом в магазинах. Я рассказала об этой книге, сняла о ней видео и разыграла книгу с автографом автора. Спустя некоторое время тираж был распродан. Пример показателен: читатели воспринимают видеоблогера как человека, рекомендации которого можно доверять.

К сожалению, профессиональные критики находятся «по другую сторону баррикад», а читателю хочется услышать эксперта, который посоветует книгу на понятном ему языке и в то же время не будет бросаться заумными фразами. При этом люди получают заряд положительной энергии и не столько узнают о какой-то конкретной книге, сколько чувствуют себя частичкой книжного сообщества, могут поделиться своими мыслями, эмоциями.



**Анна ТИТОВА**, редактор и сайта страниц в соцмедиа РГБ

В работе со страницами РГБ в Сети я внедряю принципы интернет-PR, которые делают любую литературу популярной. Картина чтения в Сети на сегодняшний день характеризует людей, которые следуют за рекламой и на 100% подвержены маркетинговому воздействию. Приведу примеры: 90% читают Стефани Майер, после того как посмотрели кино. Если кто-то читает Ремарка, это значит, что где-то в соцсетях прошли «10 книг, которые нужно прочитать до 27 лет», в числе которых были «Три товарища» и «На западном фронте без перемен». Именно поэтому здесь пышным цветом расцветают разные фанфики, т.е., например, рассказы про взрослую жизнь Гарри Поттера. Всё это пишут блогеры, более того, они собирают деньги с помощью краудфандинга и издают книги. Пользователи платят за эти произведения и готовы их читать. Там есть и краудсорсинг: пользователи в соцсетях обсуждают, как должен выглядеть тот или иной персонаж, создают образы, нанимают художников.

Миллионы пользователей «живут» в Сети. Но следует понимать, что соцсети — это то место, где читатель строит собственный мир так, как он это придумал. Две трети библиотек уже вышли в соцсети, однако важно чётко представлять, насколько вы нужны с вашими идеями на территории личного мира. У вас должна быть грамотная стратегия, выстроенная на социальных исследованиях. Необходим перевод наших профессиональных идей на язык читателя, ведь соцсети — это возможность говорить менее формально.

Библиотеке в соцсетях предоставляется возможность зайти в информационное поле читателя, из которого она выпала много лет назад, в сферу мыслей людей, которые привыкли жить без библиотеки. Поэтому придётся учиться писать сообщения в 140 символов, использовать иллюстрации и учитывать, что современный пользователь Сети больше трёх предложений не читает. Самое важное — возможность получения обратной связи, которая в соцсетях на вес золота.

Необходимо профессионально подходить к работе в соцсетях. В РГБ открыт обучающий курс с сопровождением, в течение трёх месяцев слушатели работают в соцсетях под контролем преподавателя, оттачивая профессиональные навыки.



**Юлия РАКОВА**, комьюнити-директор *Bookmate*

Онлайн-библиотека обладает существенными преимуществами перед социальными сетями, потому что там принципиально иное качество контента, процент достоверности и этики.

В настоящее время у Bookmate 1,5 млн читателей, представлены 500 тыс. книг на

девяти языках мира. Наша миссия — вернуть людям любовь к чтению, а молодым — привить её. Наш девиз — читать важно, модно и легко. Сервис нравится молодым, потому что у нас сильная социальная составляющая. Каждый человек может создать на Bookmate свою книжную полку. Есть авторские подборки, коллекции книг, получивших различные премии. Мы упрощаем поиск, делаем его более социальным.

Социальные сети привлекают возможностью творчества. В Facebook у нас 25,6 тыс. человек, количество пользователей постоянно растёт. Но есть и правила, по которым надо строить коммуникацию. Прежде всего нужно писать о том, что хочет знать аудитория. Необходимо писать своевременно, требуется уникальное авторское видение. Есть и небольшие секреты: пост должен приковывать внимание пользователей красивой картинкой, заголовком, не менее важный момент — сторителлинг (умение создавать истории). Недавно мы провели эксперимент: написали пост «10 советов по лечению осенней депрессии от Антона Чехова». Другой пример «10 советов от Алисы в стране чудес для стартапов». Таким образом мы попытались вписать классику в то, что интересно молодёжи. Как результат, по Чехову охват повысился в семь раз, вовлечённость — в 14 раз, шеринг (количество поделившихся) — в 20–30 раз. Переход по ссылкам вырос в 10 раз.

Опубликовано в номере март 2015