

Библиотеки и соцмедиа

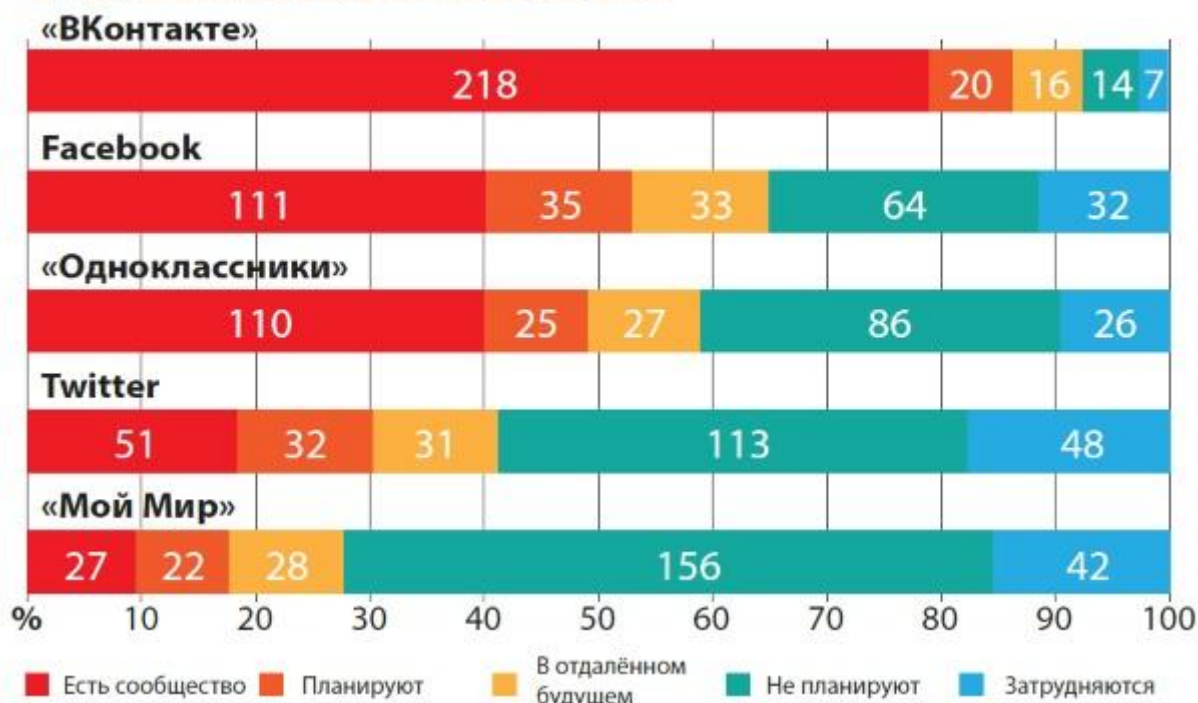
Работу библиотек в социальных медиа, методы оценки её эффективности, управление сообществом лояльных читателей обсуждали эксперты в рамках рабочей группы «Библиотеки и социальные медиа».

Результаты мониторинга деятельности библиотек в соцмедиа представила координатор рабочей группы, главный специалист Управления специальных проектов РГБ **Екатерина Шibaева**.

В исследовании приняли участие 273 библиотечных специалиста из 57 регионов. Более 90% участников опроса уверены, что библиотека должна иметь собственное представительство в соцсетях, при этом у многих уже есть свои группы и страницы (рис. 1). Около 85% респондентов отмечают, что в их библиотеках к этому направлению привлечены от одного до пяти сотрудников. Сообщества от 100 до 1 тыс. человек имеют 155 библиотек.

Рис. 1

Структура библиотечных сообществ в соцсетях



В качестве основной задачи присутствия в Сети большинство респондентов (241) называют продвижение библиотеки и повышение узнаваемости её бренда, на втором месте — информационная функция (рис. 2).

Рис. 2

Ответы на вопрос «К чему вы стремитесь, представляя библиотеку в соцсетях?»



Основную часть контента, представленного в библиотечных группах, занимают новости библиотеки и анонсы событий (рис. 3). Как следствие, наибольшей популярностью у читателей пользуются материалы и фотографии по итогам проведённых мероприятий.

Рис. 3

Какого рода информация содержится на ваших страницах / собирает больше всего оценок и комментариев?



Большинство опрошенных считают необходимым кварталный план работы в соцсетях, при этом фактически он есть у 50%. Не меньшее значение придаётся Положению о работе в соцмедиа, которое в наличии только у 6%. Регламент работы утвержден у 12%. Чуть более 11% имеют должностные инструкции, 9% — приказ о назначении ответственных. В профессиональных кругах нередко обсуждаются компетентность специалистов, работающих в соцмедиа, их ответственность при модерации групп и общении с читательской аудиторией. Однако, по результатам опроса, на практике должное внимание этим вопросам уделяют менее 6%, имея регламенты и политику ответов на комментарии. Исследование продолжится, на его основе будут разработаны рекомендательные документы.

Дискуссию о продвижении чтения, привлечении новых читателей и библиотечных сервисах в соцмедиа поддержали эксперты-практики. Все усилия должны быть направлены на решение проблемы поиска книг, обеспечение комфорта чтения и поддержку лояльности. О реализации этих задач на [Bookmate](#) рассказала комьюнити-директор сервиса **Юлия Ракова**. В электронной библиотеке представлены книги на девяти языках, пользовательская аудитория превышает 2 млн человек. На старте проекта ставилась цель понять, почему молодёжь не читает, чтобы впоследствии предложить своё решение проблемы. Часто сложно бывает найти книгу, выделить время на чтение, купить издание. С другой стороны, мнением о книге хочется поделиться, причём публично, в Сети. Все эти факторы учтены на Bookmate. Читатель тратит минимум времени на поиск книги, в один клик покупает подписку и получает доступ ко всей библиотеке. Зайдя на ресурс из соцсети, может увидеть, что заинтересовало его друзей. Нередко пользователи сервиса читают сразу три-четыре книги. Удобно, что чтение синхронизировано на разных устройствах и доступно без Интернета.

По мнению **Александры Вахрушевой**, директора [библиотеки-читальни им. И.С. Тургенева](#), лояльная аудитория следит за жизнью библиотеки и готова делиться новостями бренда, информацией о событиях и мероприятиях. Это те читатели, за

которых борются библиотекари в соцсетях и офлайн. В Facebook по количеству подписчиков среди библиотек Тургеневка занимает устойчивое третье место с 3,3 тыс. подписчиков после библиотеки им. А.П. Чехова — 28 тыс. и РГБ — около 15 тыс.

Сегодня издаётся огромное количество литературы, в ней нужно разбираться. Очевидно, что библиотекарь не всегда может отследить необходимые книги, да и прочитать всё нереально. На помощь приходят рекомендательные списки Bookmate, читателей сервиса, партнёров библиотеки. Более того, ресурс учитывает лонг- и шорт-листы всех литературных премий.

Поначалу подключиться к Bookmate было непросто, потому что это новая электронная библиотека с серьёзными технологическими требованиями. Читатели библиотеки им. И.С. Тургенева пользуются сервисом бесплатно. Книги можно скачивать на собственные устройства с ограничением по времени до двух недель. Целевая аудитория сервиса — молодёжь в возрасте от 18 до 35 лет.

Активное представительство в соцмедиа требует подготовки библиотекарей, уверена **Ирина Огнева**, заведующая методическим отделом ЦБС г. Арзамаса Нижегородской области. Один из наиболее эффективных вариантов — дистанционное обучение, реализующее два основных принципа современного образования: для всех и в течение всей жизни. В ситуации ограничения бюджетов, дефицита специалистов в соцмедиа, появления новых способов работы с онлайн-аудиторией электронное обучение выходит на первый план. К его плюсам можно отнести доступность (24/7), трансграничность, свободу и гибкость, индивидуальный режим, использование разных каналов восприятия, экономию средств. Основные недостатки — необходимость постоянного доступа к источникам информации, а также самодисциплины: на интернет-курсах очень большой отсев.

Хорошо себя зарекомендовал коммерческий сайт «Нетология». Он аккумулирует 109 образовательных курсов от ведущих специалистов-практиков: «Основы маркетинга в соцсетях», «Ведение групп брендов» и др. Есть возможность выбрать базовый, средний или продвинутый уровень. Курсы представлены комплексами коротких видеороликов и тестовых заданий. «Нетология» регулярно организует двухмесячные онлайн-курсы. Школа эффективного маркетинга Дамира Халилова предлагает очную форму, но возможно корпоративное обучение на площадке заказчика с выездными семинарами автора и онлайн-тренингом. Лаборатория социальных медиа Влада Титова проводит дистанционный курс интернет-профессионала (профиль мастера или эксперта). Но документ установленного образца даёт только учебный центр «Специалист» при МГТУ им. Н.Э. Баумана.

Сотрудникам библиотек предлагаются курсы эффективной коммуникации в социальных сетях (90 учебных часов) по технологии коучинга, вебинары и мастер-классы на портале «Викисибиряда». Есть и специальные курсы — «Продвижение библиотеки в соцсетях», «Канал библиотеки на YouTube», «Библиотека в медийной войне» и др.

Отдельные занятия по повышению квалификации проводятся в регионах. И здесь очень важна реклама, поскольку для библиотечной аудитории пока непривычны дистанционные формы. Нередко мешает самонадеянность: когда все материалы заранее доступны на портале, создаётся впечатление, что с заданием справишься сам.

Эксперт напомнила о дистанционных мастерских, состоявшихся в прошлом году в рамках научно-практической конференции «Новая школа: мой маршрут» под руководством Елены Ястребцевой. В мастер-классе «Продвижение библиотеки в соцсетях» участвовали 28 библиотечных представительств из 24 регионов России, а также Украины, Казахстана, Латвии. В результате создано несколько групп в соцсетях (19 из них продолжают свою работу), проанализированы библиотечные аккаунты и страницы.

Особенность мастерских на «Викисибириаде» — бесплатная запись независимо от региона, доступность всех материалов, включая работы участников, поэтапное прохождение курса и самостоятельное выполнение заданий, постоянная поддержка ведущего. Эти принципы, так же как сетевое сотрудничество и разработка массовых открытых онлайн-курсов, очень важны для развития библиотечного онлайн-образования.

Ещё об одной бесплатной площадке — проекте Министерства культуры РФ «Единое информационное пространство России в сфере культуры» рассказал его разработчик **Фёдор Жерновой**. Система обеспечивает распространение информации по следующим каналам: интернет-сайты, социальные медиа, веб-сервисы, порталы, мобильные приложения. Через площадку можно экспортировать один анонс сразу во все соцсети, подключать подготовленные публикации. Объединяя все учреждения культуры России, проект собирает для них общую аудиторию, получающую доступ к разным срезам информации. Это создаёт условия, при которых человек, интересующийся музеями, с большей вероятностью посетит и библиотеку. Соцсеть «ВКонтакте» теперь имеет вкладку «Культура и искусство» — сообщество, в которое могут войти активные библиотеки. С помощью этого инструмента музеи получили 15 тыс. подписчиков за месяц. Для региональных библиотек цифры будут меньше, но всё бесплатно, интересно, полезно. За четыре месяца подключены практически все регионы, зарегистрировано более 4 тыс. учреждений. Библиотек пока немного, но сотрудничество обещает быть продуктивным.

Проект охватывает более 700 тыс. пользователей. При этом существует амбициозная цель собрать недельную аудиторию в 50 млн человек. Учитывая популярность соцсетей и потребность в таком канале, это вполне реально, считает эксперт.

Опубликовано в номере **июль-август 2015**