

ТУРГЕНЕВКА: эффективный библиотечный маркетинг

Современная библиотека в большом городе должна стать одним из важнейших элементов комфортной городской среды, активно развивать новые сервисы для пользователей и превратиться в полифункциональную социокультурную площадку для местного сообщества. Всё логично, но возможно ли это? Насколько отвечает сегодняшняя библиотека ожиданиям горожан, нужны ли им её традиционные услуги и как сформировать востребованность библиотечных сервисов через новые формы коммуникаций. Как привлечь новых читателей и развить площадку для творческих инициатив? Вот только несколько наиболее острых вопросов, на которые необходимо ответить каждой библиотеке, если она хочет присутствовать на актуальной культурной карте современного города.

Технический и информационный прогресс не оставляет нам времени на долгие раздумья. Интернет уже стал серьёзным конкурентом, всё чаще мы слышим вопрос: «Зачем я пойду в библиотеку?» И с каждым днём сложнее на него отвечать. Неужели библиотеки со своим богатейшим фондом, огромным количеством мероприятий, разветвлённой инфраструктурой библиотечных систем превращаются в городской балласт и неэффективного растратчика бюджетных средств? Однако именно с таким образом библиотеки нам чаще всего и приходится сталкиваться. Может ли библиотечное сообщество ответить на этот вызов? Учитывая нашу практику, мы отвечаем: «Может! И должно!»

Библиотека-читальня им. И.С. Тургенева со дня своего открытия после реконструкции в 1998 г. стала одной из главных городских инновационных площадок с электронным каталогом и полностью автоматизированной системой обслуживания. Одновременно появился и первый сайт Тургеневки, когда ещё далеко не все библиотеки Москвы были подключены к Интернету и компьютеризированы. Следуя за новыми потребностями читателей, с сере-

дины 2000-х в Тургеневке была разработана новая концепция проведения культурно-массовых программ. Основное положение концепции было таково: создание новых культурных сервисов, пользующихся спросом у читателей.

Это был период поиска новых решений и экспериментов. Что же в действительности прижилось и стало востребованным? Например, **платные концерты «под ключ»** для самой широкой аудитории. Что это означает фактически? Библиотека выпускает билетную книжку, заключает договора с исполнителями, разрабатывает актуальную концертную программу, приглашая к сотрудничеству тех исполнителей, на выступления которых будут максимально распроданы билеты. Популярны такие циклы концертов, как «Барокко: новый взгляд», проходившие под эгидой кафедры старинной музыки и исполнительского искусства МГК им. П.И. Чайковского, Театр песка под руководством Сергея Назарова, музыкальный спектакль-перформанс «Легенды о кролике Виннебаго», выполненный в жанре акриловой анимации, и многие другие. **Выставочная деятельность** представлена отдельным

Автор



Александра Леонидовна ВАХРУШЕВА
заместитель
директора
Библиотеки-читальни
им. И.С. Тургенева
по связям
с общественностью,
культурным
программам
и мемориальной
работе

блоком: создан зал с профессиональным оборудованием, формируется годовая программа, в рамках которой проводятся самые разнообразные выставки, мастер-классы в различных жанрах, нередко совмещаемые с книжными экспозициями. С аншлагом прошли выставочные проекты совместно с творческими объединениями молодых художников: «Три апельсина», «В движении», «Волшебная пила», также совместные выставочные проекты с МЦБС им. М.Ю. Лермонтова (г. Санкт-Петербург), «Выставка книжных закладок из частной коллекции М. Булкиной» и «Соло на печатной машинке» к 70-летию С. Довлатова. Большое значение для нас имеет творчество молодых художников-иллюстраторов, поэтому мы регулярно проводим выставки книжной иллюстрации. Где, как не в библиотеке, должны стартовать молодые мастера? Одним из наших партнёров в поддержке молодых талантов стал детский журнал «Фома» с серией книг «Настя и Никита», выставки иллюстраций к которым не раз проходили в Тургеневке, что вызывает большой интерес у аудитории.

Творческие инициативы молодых поэтов, музыкантов, художников, писателей, фотографов приветствуются и поддерживаются нами всеми возможными способами: **литературно-дискуссионный клуб** «День второй», джазово-художественный перформанс «Рисуем джаз», «Музыкальная гостиная», где проходят совместные концерты известных и молодых начинающих музыкантов, фотопроект «Москва +/-», когда библиотека стала одной из площадок Фотобиеннале МДФ под руководством Ольги Свибловой. Библиотека заключила договор с художественным факультетом ВГИК им. С.А. Герасимова, в рамках которого студенты готовят тематические экспозиции и демонстрируют свои работы у нас. Это приоритетная работа современной библиотеки, вклад в будущее, что неоднократно подтверждалось нашей практикой: нередко молодые авторы-исполнители приводят за собой других, часто уже более известных и авторитетных личностей, что позволяет библиотеке завоёвывать свою нишу на культурной карте города. Создаётся иной имидж библиотеки — модного, популярного места для интеллектуального досуга.

Немалые возможности у библиотеки и для **образовательных сервисов**. Многочисленные лектории и просветительские программы непрерывного образования для широкой публики, такие как «Факультет чтения» — всё это бесплатно и по сей день.

Тем не менее, в новых экономических условиях библиотекам приходится примерять на себя новые формы финансового обеспечения, которые определяет 83-ФЗ. За счёт каких услуг библиотека может получать внебюджетные средства? Законодательная база для оказания платных услуг в библиотеках определена в



первую очередь *Основами законодательства Российской Федерации о культуре*, согласно ст. 52 которых «... цены (тарифы) на платные услуги и продукцию, включая цены на билеты, организации культуры устанавливают самостоятельно», а также *Федеральным законом № 78-ФЗ «О библиотечном деле»*, в соответствии со ст. 7 которого «в общедоступных библиотеках граждане имеют право... пользоваться другими видами услуг, в том числе платными, перечень которых определяется правилами пользования библиотекой».

Исходя из перечня платных услуг, утверждённых Департаментом культуры г. Москвы, библиотека может оказывать достаточно большой спектр платных услуг, из которых наиболее доходной, как уже упоминалось, для нас является концертная деятельность, чему в немалой степени способствует наличие в Тургеневке уникального выстроенного пространства для концертной и культурно-просветительской деятельности: «Тургеневская гостиная», «Конференц-зал», полифункциональное пространство читального зала.

В Москве образовательный бум: бесчисленное количество всевозможных лекций, мастер-классов, творческих встреч, кинопоказов, семинаров и конференций по различной тематике. Из собственного опыта могу утверждать, что библиотеки могут становиться площадками для подобной деятельности, включая платные формы. Да, это новая для нас деятельность, требующая совсем другого подхода к построению культурно-просветительской программы, но в библиотеку должны приходить учёные-лекторы, преподаватели, авторы, а темы их выступлений могут быть актуальными и востребованными.

Один из последних образовательных проектов — «**Исторический лекторий**» — яркое тому подтверждение. Исключительно научно-популярная идея проекта вызвала у наших гостей большой интерес послушать лекции по истории ведущих профессоров Москвы. Сегодня количество желающих заставляет нас задуматься о введении небольшой платы за вход, так как залы уже не могут вместить всех желающих, и в данном случае плата за билет поможет нам регулировать чис-



Выставка в Тургеневке
«История книжной закладки»

ленность аудитории. Аналогичная ситуация складывается во Франко-немецком зале библиотеки, где работает «Клуб любителей немецкой и французской книги». Годовой членский взнос в 2011 г. составлял 300 рублей, а количество желающих вступить в клуб уже давно превысило возможности зала. Оплачивая годовой взнос, читатель пользуется специализированным фондом и посещает кружки французского или немецкого языка, занятия в которых ведут профессиональные преподаватели. Кружок помогает поддерживать определённый уровень владения языком и не является аналогом языковых курсов, но, несмотря на это, повышение платы с нового учебного года стало для нас очевидным.

Одной из новых и динамично развивающихся услуг в нашем прейскуранте стало предоставление зала для **проведения фото- и видеосъёмки**. Безусловно, этот вид услуги могут позволить себе учреждения, имеющие уникальные интерьеры, но, по опыту общения с коллегами, эта услуга становится всё более востребованной даже в публичных районных библиотеках.

Самая главная задача — пробовать, экспериментировать, внимательнее относиться к потребностям наших клиентов, при этом нередко и сам рынок «подсказывает», какие конкурентоспособные платные услуги может оказывать современная библиотека. Наша практика подтверждает, что осуществление приносящей доход деятельности даёт возможность библиотеке по-новому взглянуть на свой функционал, ничуть не умаляя значения традиционной библиотечной работы, грамотно выстроить новые сервисы и услуги, разумеется, не забывая о своей социальной функции, для льготных категорий населения.

Оценивая рынок культурного досуга (посещение театров, кинотеатров, концертных и выставочных площадок), уверена, что библиотека может занять на нём свою ценовую нишу. Посещение мероприятия в библиотеке должно быть наиболее доступным, что отвечает её традиционной просветительской функции. Организация совместных мероприятий с некоммерческими фондами и партнёрствами также способна дать импульс

развитию платной деятельности в библиотеке. В рамках этого сотрудничества появляются новые социально значимые проекты, например «Школа пациента», которую мы проводим совместно с Некоммерческим партнёрством по содействию в продвижении социальных программ в области здравоохранения «Равное право на жизнь».

Таким образом, библиотека становится важнейшей открытой коммуникативной площадкой для местного сообщества, потому что наш читатель, приходя в Тургеневку, имеет возможность получить помимо необходимой ему книги целый комплекс услуг: посмотреть выставку, посетить кино или исторический лекторий, научиться основам компьютерной грамотности, купить билет на концерт для себя и своих близких. Библиотека превращается в полифункциональный социокультурный центр, для которого крайне важно создавать отдельную стратегию продвижения услуг. Потому что мало создать и организовать новые услуги в библиотеке, важно изучить и спрогнозировать спрос, и ещё важнее (и это, пожалуй, самое главное), уметь донести эту информацию до широкой аудитории, причём в нужном месте и в нужное время. Иначе вся работа окажется бессмысленной и неэффективной, а это часто встречается среди библиотек. Как много мы делаем и как редко отвечаем на вопросы: зачем и для кого?

Столкнувшись с современными реалиями, мы разработали свою стратегию продвижения услуг с помощью маркетинга в социальных медиа (social media marketing, SMM). Тургеневка начала свою деятельность в социальной сети Facebook в январе 2011 г., открыв официальную страницу по адресу facebook.com/turgenevka. Ежемесячная афиша библиотеки включает более 70 событий для самой широкой аудитории. Безусловно, всё это требует активного взаимодействия с существующими и потенциальными посетителями.

Поскольку инструментарий сети Facebook позволяет создавать на странице различные архивы: фото, видео, мероприятий, у пользователей есть возможность комментировать и обсуждать прошедшие события, а для сотрудников библиотеки — это отличный шанс получать живые отклики, советы, собирать пожелания для формирования афиши в будущем. Подобная обратная связь позволяет корректировать и улучшать планируемые мероприятия, вовлекать аудиторию в активный диалог и жизнь самой библиотеки. Пользователь, зашедший на нашу страницу, знакомится с историей библиотеки, просматривает фотографии последних событий, комментирует видеоролики, при желании может заказать книги по межбиблиотечному абонементу и т.д.

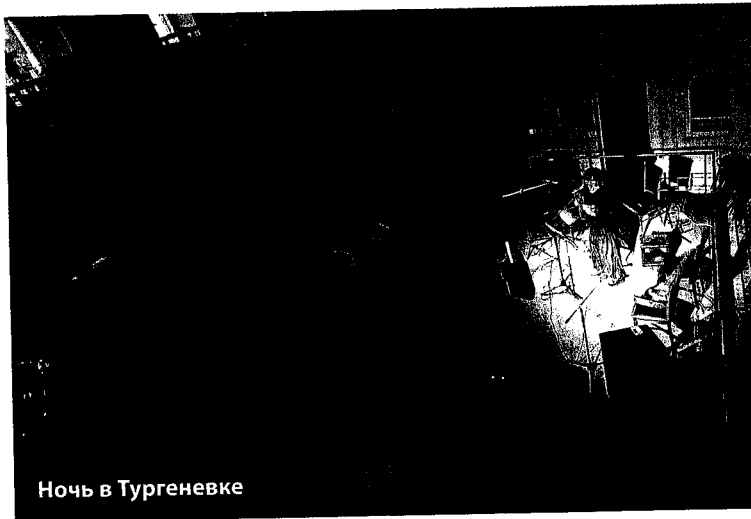
В результате использования сети Facebook актуальность культурной афиши и посещаемость мероприятий, проходящих в Библиотеке-читальне им. И.С. Тургенева, возросла в разы. На конец марта 2012 г. на нашу страницу в Facebook подписались 424 человека, а количество просмотров с 1 января по 20 марта 2012 г. составило более 22 тыс. Разумеется, цифры постоянно меняются, а статистический аппарат Facebook позволяет проводить

глубокий анализ информации, размещённой на странице, оценивать её востребованность у пользователей, а также более уверенно выстраивать стратегию присутствия библиотеки в Интернете: помимо страницы в социальной сети существуют сайт и блог Тургеневки.

Успешное продвижение услуг библиотеки подразумевает комплексное взаимодействие всех интернет-ресурсов учреждения. Немаловажно учитывать и абсолютную доступность для любого учреждения культуры социальных сетей. Библиотека никогда не получала отдельного финансирования на рекламные услуги, а страница в социальной сети стала нашей газетой, радио и телевидением в одном лице, доступными многомиллионной интернет-аудитории. Благодаря нашему активному присутствию на популярных интернет-площадках увеличилось количество публикаций и упоминаний о Тургеневке в СМИ: с 99 в I квартале 2011 г. до 139 в I квартале 2012 г. Возросло количество посетителей культурно-просветительских программ с 6845 за I квартал 2011 г. до более 9 тысяч за этот же период в 2012 г.

Интернет-активность инициирует новые контакты и партнёрское взаимодействие. Это подтверждает количество приглашений для участия в крупных интернет-мероприятиях последнего времени. Например, образовательный портал «Теории и практики» пригласил библиотеку принять участие в популярном городском проекте «Третье место», который позволил нам стать площадкой проекта «Лекции молодых учёных». Концепция «третьего места» включает в себя понятие комфортной прощадки (coworking) для встреч и работы в современной городской среде, что абсолютно совпадает с концепцией нашего читального зала. Библиотека находится в центре города, в шаговой доступности от трёх станций метро, имеет в своей структуре кафе, как отдельный немаловажный фактор комфорта, бесплатный Wi-Fi и удобные места для работы и самообразования. За полгода, прошедшие со старта проекта, аудитория нашего читального зала изменилась кардинально. В зал пришла социально активная группа горожан, ориентированная на самостоятельную работу в Интернете, умеющая пользоваться различными устройствами и привлекающая к своей деятельности традиционные библиотечные ресурсы. Пространство зала оживило: часто не хватает мест для всех желающих, да и настроение самих сотрудников изменилось, поскольку они действительно почувствовали моральное удовлетворение от своей работы. Главный лейтмотив: «Мы нужны людям!» Да, это другая аудитория, не та, к которой привыкли библиотекари, но важно почувствовать её запросы, понять, что меняется мир, а вместе с ним и наш читатель. Если его главный стимул прийти в библиотеку — это самостоятельная работа, а только потом, по мере необходимости, книга, то этому нужно соответствовать, значит, сегодня в этом состоит одна из миссий библиотеки в большом городе.

Ещё один крупный проект, пришедший к нам из Сети — первая сетевая социокультурная акция «Библионочь», которая прошла в ночь с 20 на 21 апреля по



Ночь в Тургеневке

всем регионам России. Это акция, которая призвана привлечь внимание к библиотекам, чтению и литературному процессу. Помимо библиотек, в ней приняли участие литературные музеи-усадьбы, книжные магазины, центры современного искусства, галереи и арт-площадки. Библиотечному сообществу давно пора подключаться к масштабным культурным акциям, заявить свою принадлежность к современным культурным форматам, чтобы начать разрушать прочные штампы общественного сознания о том, что библиотека — это пыльное, закрытое, консервативное, «мёртвое» учреждение.

Возвращаясь к вопросу: «Зачем ходить в библиотеку?» Ответить на него мы пригласили культурологов, социологов, библиотекарей, писателей, журналистов, издателей и учёных, принявших участие в первом библиотечном TEDx в России. 29 февраля 2012 г. в Тургеневке состоялась независимая конференция TEDx TurgenevLibrary. Основной лозунг проекта — «Идеи, достойные распространения». Эта новая для библиотекарей форма конференции: спикерами становятся только профессионалы, которые за 15 минут своего выступления заряжают зрителей своей энергией, позитивом и идеями, вызвала бурный отклик среди профессионального сообщества. Нас не испугало то, что спикерами американского TED были премьер-министр Великобритании Гордон Браун, Билл Гейтс и Ричард Браун, экс-президент США Билл Клинтон. Российское библиотечное сообщество может инициировать свою тему для обсуждения в этом формате. С видеороликами выступлений можно познакомиться на нашем сайте: http://tedxturgenevlibrary.ru/events/event1/event_1_video/ и узнать, как спикеры ответили на вопрос о современной библиотеке.

Подобные амбициозные интернет-проекты позволяют Тургеневке стать коммуникационной площадкой для профессиональных деятелей, экспертов в области культуры, представителей СМИ с широкой общественностью, а также источником распространения идей, необходимых для понимания новой роли библиотек в современном российском обществе. ■