

От виртуального к реальному: создаём инфоповоды в библиотеке

Новости вокруг нас. Тысячи новостей публикуются прямо сейчас, в эту секунду, пока мы пишем эти слова. Каждый человек, у которого есть смартфон, сам является автором новостей, ньюсмейкером информационного повода.

«В город вернулись 30-градусные морозы», — пишет некто на своей странице в Facebook и прикрепляет к записи фото туманного, серого, унылого утра. Новость? Для родственников из Краснодара — да, они ставят лайк и комментируют сочувствующим смайликом. Для друзей из Новосибирска тоже да — они оценили композицию фотографии и ощущают сопричастность — у них тоже холодно.

Любой СММ-щик скажет: таинственные явления, Дарт Вейдер и коты — беспроигрышный инфоповод, то, что будет актуально всегда. Фотография пушистой и нежной кошки на подоконнике набирает десятки лайков в Instagram даже от тех, кто не знает ни вас, ни вашу кошку. Отсюда делаем какой вывод? Новость — это когда интересно! Но новости из нашей личной жизни могут быть интересны только тем, кому мы сами небезразличны — друзьям, родственникам, — это 10, максимум 15 человек. А скольким людям будут интересны новости из нашей профессиональной жизни? Мы все — библиотекари — ежедневно сообщаем факты и новости из мира книжного, создавая инфоповоды, извлекая из них определённую важность и в итоге «собирая» её в интересное информационное сообщение.

Для начала необходимо разобраться, что такое библиотечный информационный повод. В широком смысле — это событие, служащее эффективным инструментом при создании определённого имиджа библиотеки. А говоря быденным языком, инфоповод — это интересная, цепляющая буквально с первого абзаца новость, то есть красная нить медийного текста. Такая новость характеризуется нематериальной выгодой и способна заинтересовать библиотечную публику и средства массовой информации региона с целью тиражирования события.

Важно различать понятия «пресс-релиз» и «информационный повод». В первом случае подразумевается непосредственно официальный текст, содержащий новости о предмете или компании. Инфоповод — это главная тема данного сообщения, заставляющая обсуждать этот пресс-релиз. В идеале информационный повод представлен лаконично, включает важные факты, отражает суть и описывает выгоду для целевой аудитории. Информационный повод может подразумевать как большие, так и малые события. В результате формируются разные сообщества заинтересованных лиц.

Хороший инфоповод привлекает больше СМИ и собирает численную целевую аудиторию. Библиотечный информационный повод может говорить о ярких событиях, проходящих в учреждении, например презентациях, мероприятиях и выставках; фестивалях и ярмарках; новых книгах и журналах; встречах со знако-

выми людьми; акциях и литературных праздниках; мнениях экспертов и литературных критиков; квестах, розыгрышах и конкурсах.

Обратим внимание на механизмы создания инфоповода в библиотеке, которые должны придерживаться следующих характеристик:

- информационный повод должен быть актуальным, чтобы он не выпал из текущей повестки дня и был интересен непосредственно сегодня. Новость может вызвать негативные реакции, если появится спустя какое-то время после произошедшего события;
- успешный инфоповод предусматривает гармоничное сочетание условий: масштабность, значимость, однозначная интерпретация, позитивность и актуальность;
- перед тем как приступить к обработке инфоповода, нужно собрать как можно больше информации о событии;
- при оптимизации информационного повода необходимо соблюдать несложные правила: исключаем навязчивость, придерживаемся уважительного стиля общения с целевой аудиторией и избегаем информационного шума, который мешает уловить главную суть события.

Ссылаясь на представленные характеристики составления информационных поводов, мы рассмотрим яркие события, которые проходили и проходят на площадке Челябинской областной библиотеки для молодёжи и на страницах библиотеки в социальных сетях. Отметим три беспроектных библиотечных информационных повода, которые используются в практике.

Первое — это масштабные, вышедшие за рамки библиотечной жизни мероприятия. Например, сетевой историко-краеведческий квест «Шесть историй Заречья», который попал в основную афишу празднования 50-летия Калининского района г. Челябинска, а финал квеста был отражён в городских СМИ.

Второе — встречи с именитыми людьми Южного Урала, которые также стали удачным информационным поводом для привлечения СМИ к деятельности библиотеки. Такие проекты, как «Сто вопросов о разном», «Автор в молодёжке», ежемесячно публикуются в Интернете на страницах библиотеки, министерства культуры Челябинской области и на культурных порталах Южного Урала.

И **третий** вариант — библиотечные акции, обзоры новых книг и подкасты.

Теперь подробнее о том, как мы придумываем событие, из которого извлекаем инфоповод.

Дудь. Служитель. Шевчук. Что общего? Чтение!

Рубрика «Давай читать» — о читательских предпочтениях авторитетных и харизматичных личностей регионального и федерального уровней — существует на библиотечном сайте почти год (с 12 мая 2020 года). Политики, спортсмены, бизнесмены, артисты из Челябинской области и со всей России делятся с библиотекой для молодёжи своими любимыми книгами.

В аннотации к рубрике говорится: «В перерывах между встречами, конференциями, лекциями, матчами и съёмками они читают. Причём названия их

любимых книг приятно удивляют. Они читают и уверяют нас, что это не просто “демонстрация начитанности”, а искренняя любовь к тексту, источник знания и удовольствия».

В копилке рубрики — звёздные советы от супермодели Натальи Водяновой, российского актёра театра и кино, писателя Григория Служителя, видеоблогера, журналиста и главного редактора спортивного сайта Sports.ru Юрия Дудя, музыканта, поэта, лидера рок-группы «ДДТ» Юрия Шевчука.

Примером привлечения новой аудитории стала литературная рекомендация музыковеда, директора ансамбля «Уральский диксиленд» Наталии Риккер, которая после заочного знакомства с библиотекой пришла в гости, где было записано интервью и проведена презентация книги «Джаз в Челябинске». Онлайн-беседа за несколько дней набрала более 500 просмотров.

Таким образом, еженедельно на сайте библиотеки появляется новая рекомендация от известного человека. Она транслируется и на сайте, и в соцсетях. Авторитет рекомендует книги, библиотека, как проводник, их афиширует, тем самым создавая беспроектный библиотечный инфоповод: «лидер мнения — его любимая книга — библиотека как проводник».

Важно отметить, что проводимая библиотечная деятельность в социальных сетях преследует две цели: первая — это поддержка актуальности группы и взаимодействие с аудиторией; вторая цель — привлечение новой аудитории. И как раз инфоповоды помогают библиотеке в достижении поставленной цели. Например, конкурсы — традиционная, проверенная временем и опытом работа библиотекарей, которая результативно стимулирует интерес к чтению. И сегодня под влиянием пандемии, массовой цифровизации, тенденций и течений традиционные конкурсы обретают новые формы и границы, что в свою очередь активизирует творческий потенциал как библиотекаря, так и читателя.

Не бойся соревноваться с теми, кто сильнее. Непобедимых не существует

Эти слова принадлежат Икеру Касильясу, и он совершенно прав: ведь именно конкурсы позволяют молодому человеку выявить свои сильные и слабые стороны, а главное — установить контакты с теми, кто занимается тем же видом творчества. При этом не так уж важно, происходит конкурс в реальной жизни или в Интернете. Участники находят единомышленников зачастую в далёких городах или даже в других странах. Кроме того, участие в конкурсе предполагает подготовку. Решившись на такой шаг, человек старается отобрать свои лучшие работы или подготовить наиболее интересный материал. Это заставляет его напрягать силы, искать более интересные варианты, оформлять свои работы в соответствии с заданными условиями.

Международная литературная интернет-викторина «В каждой строке — жизнь» была приурочена к юбилеям классиков русской литературы: А. П. Чехова, А. И. Куприна и И. А. Бунина. Организаторами выступили Челябинская област-

ная библиотека для молодёжи (г. Челябинск), Централизованная библиотечная система г. Санкт-Петербурга и Костанайская областная библиотека для детей и юношества (г. Костанай, Республика Казахстан). Вопросы викторины были разделены на три блока (один писатель — один блок), а сама игра длилась три месяца, с 1 июня по 31 августа (включительно). Участниками интернет-викторины стали жители многих уголков России (67 регионов) и стран ближнего зарубежья — всего 893 человека. Абсолютными победителями, набравшими 33 балла из 33 возможных, стали три участника.

В середине октября был запущен историко-краеведческий квест «Шесть историй Заречья», приуроченный к 50-летию самого крупного — Калининского — района г. Челябинска. Всем желающим сотрудники библиотеки предложили отправиться в путешествие по району и ответить на шесть вопросов. В квесте приняли участие три организованные команды от ведущих вузов города, а также жители Челябинска, которые увлекаются историей родного города. Хочется отметить, что не только коренные жители Челябинска знают и помнят интересные факты из истории района, но и студенты, которые не так давно стали жителями Челябинска. Всего в игре приняли участие более 260 человек, а победителями стали 20 человек.

В феврале 2021 года прошли информационно-познавательные гонки «Удивительная наука», посвящённые 130-летию с начала издания журнала «Наука и жизнь», с целью популяризации и пропаганды научных знаний среди читателей библиотеки.

Конкурс подразумевал, что каждый день на странице библиотеки в «ВКонтакте» выходил один вопрос для наших подписчиков. Так как гонки были посвящены журналу «Наука и жизнь», то вопросы были составлены по этому журналу. Ответы можно было найти в статьях, опубликованных в разных номерах за 2020 год. Всего было шесть дней и шесть вопросов. Каждый день участники гонок получали новый вопрос, отвечали на него, а на следующий день выходил правильный ответ, и была возможность проверить свой ответ.

В конце конкурса были подведены итоги. Молодёжь с удовольствием отвечала на вопросы. Как оказалось, журнал «Наука и жизнь» знают и читают в современных семьях.

Библиотекарь — конкурент журналиста? Авторитетные и успешные в эфире «молодёжки»

Ещё один библиотечный инфоповод, который уже доказал свою эффективность, — игра-диалог «Сто вопросов о разном». Это относительно новый проект зала интеллектуального развития и досуга молодёжи. Он представляет собой цикл встреч с успешными и активными молодыми людьми, которые в процессе диалога отвечают на вопросы ведущих — обычных библиотекарей, попробовавших себя на поприще журналистики в контексте пандемии. Причём вопросы эти — простые, понятные и приятные — о жизни, творчестве, любви к чтению и

книгам, о роли библиотеки и любимых книжных героях — раскрывают гостя намного ярче и глубже, чем самые дерзкие и провокационные вопросы.

На сегодняшний день состоялось уже шесть игр. Как это происходит? Раз в месяц в библиотеку приглашается гость — интересный, с амбициями, состоявшейся карьерой. Этот человек определённо меняет реальность, формирует информационную повестку и влияет на общественное мнение. И в режиме интервью в течение часа общается с библиотекарями. После видеозапись интервью монтируется, в соцсетях, на сайтах библиотеки и регионального министерства культуры выходит анонс, а потом и само событие.

Этим самым мы пытаемся выполнить сразу несколько задач, главные из которых:

- популяризировать чтение, книги и библиотеки как места концентрации творческой, умной, успешной молодёжи;
- привлечь к сотрудничеству с библиотекой политиков, учёных, спортсменов, писателей, музыкантов и других профессионалов.

Мы приглашали пресс-секретаря губернатора Челябинской области, который признался, что любит Бродского, Прилепина, Тарковского и балет и что семья губернатора, особенно его жена — первая леди, очень читающие люди, что само по себе инфоповод шикарный, потому что это же новость! Новость, о которой рассказали не в резиденции губернатора, не в пресс-центре «АиФ», а в библиотеке.

Мы приглашали молодого, отчаянного, но тёплого и очень светлого волонтера, который работает с молодёжью с ограниченными возможностями здоровья, а ещё — успешную представительницу молодёжного движения, девушку, которая возглавляла Общественную молодёжную палату при Законодательном собрании Челябинской области, а сейчас является пиарщиком ведущего завода Урала — ЧТПЗ. Она — популярная, активная, у неё очень много друзей. Её репост в свои аккаунты обеспечил нам сотни просмотров.

Наша целевая аудитория — массовая, это не элитарный проект, поэтому в планах библиотеки — пригласить профессионального хоккеиста, известную модель из Челябинска, джазовых музыкантов и т. п.

Гостями библиотеки стали Мария Шардакова, заместитель председателя молодёжной палаты при Законодательном собрании Челябинской области; Екатерина Пальчикова, соруководитель инклюзивного клуба «Наше место»; Сергей Зюсю, пресс-секретарь губернатора Челябинской области; Анастасия Плотникова, телеведущая, автор документального кино; София Гудим, бьютиблогер, эколог; Екатерина Баймухаметова, региональный представитель Всероссийского общественного движения «Волонтеры Победы».

Гостем мартовской игры-диалога «Сто вопросов о разном» в Челябинской областной библиотеке для молодёжи стала София Гудим. Она пропагандирует здоровый образ жизни, бережное отношение к планете, организует блог-туры, снимается в фотосессиях, а ещё обожает библиотеки и много читает (минимум четыре книги в месяц).

«В какой-то момент я поняла, что вся история, связанная с экологией, прежде всего в нас. Как бы мы ни ругали промышленников, но, даже если остановить завтра все заводы, ситуация с загрязнением природы кардинально не поменяется, потому что серьёзный вклад в загрязнение окружающей среды вносим мы сами — своими ежедневными действиями. В парках и на улицах — огромное количество мусора, а я хочу жить в окружении осознанных людей, которые понимают, что мы сможем сделать мир лучше», — говорит София Гудим.

Библиотекарь — писателю пиарщик.

Как один проект объединяет литературное сообщество региона

Писатель в библиотеке — тема не новая, но всегда актуальная. Ведь книги писателей-земляков очень востребованы и всегда находят живой отклик в сердцах людей. Они прививают любовь и уважение к истории и культуре родного края, помогают полнее ощутить и осознать связь литературы с жизнью, расширяют и обогащают знания о родных местах. А потому не удивительно, что в контексте пандемии в Челябинской областной библиотеке для молодёжи родился ещё один онлайн-проект — «Автор в молодёжке». Он позволяет южноуральским читателям познакомиться с авторами любимых произведений и узнать о современных литературных процессах. И, очевидно, что это тот самый случай, когда во встрече одинаково заинтересованы обе стороны: и писатель, и библиотека, ведь челябинские поэты и прозаики прекрасно понимают, что их произведения ещё не так широко известны, поэтому цель их выступления — заинтересовать и привлечь новых читателей. Но молодые слушатели очень быстро забудут даже название книги, если не сообщить им, что они её могут взять почитать прямо сейчас.

Зачастую во время записи интервью гость-автор рассказывает библиотекарю-интервьюеру о великой роли библиотек в его детстве и дальнейшей жизни, о том, какие чудесные люди работают в челябинской молодёжке, а после на своих страницах в соцсетях пишет о библиотеке и библиотекарях как о гостеприимных хозяевах, и этот отзыв распространяется в писательском сообществе с невероятной скоростью. А потому к нам уже несколько раз поступали предложения от начинающих авторов пригласить их на встречу, провести презентацию и т. д.

Если ты за рулём, занят уборкой и стиркой. Библиотека с тобой 24/7

Как на смену телевидению в какой-то момент пришли видеостриминговые сервисы и YouTube-каналы, так и на смену радио приходят подкасты — ещё один инфоповод, который Челябинская областная библиотека для молодёжи стала использовать в пик пандемии. Это один из активно развивающихся форматов представления контента, которым активно пользуются подростки, студенты, молодые люди. Но дело не только в его новизне и трендовости: подкасты, как и аудиокниги, позволяют проводить время за каждодневной рутинной (например уборкой) с пользой, слушая образовательные аудиопередачи, интервью успешных людей и т. д.

Поэтому, если библиотека заинтересована в расширении круга своих читателей, в его обновлении, то ей стоит изучать новые форматы своей деятельности. И этим новым форматом для Челябинской библиотеки для молодёжи как раз стали подкасты.

Подкаст — это аудиопередача, напоминающая классические программы на радио, но распространяемая через Интернет. Прежде всего это удобно, их можно слушать в трамвае, машине, на пробежке, во время прогулки или уборки.

Ещё одна важная особенность подкастов — это доступность по запросу. По радио вы слушаете то, что звучит в данный момент в эфире. А в случае с подкастами пользователь получает записи. Он может выбрать любой эпизод и ставить воспроизведение на паузу (можно слушать фоном во время какой-то основной деятельности).

Существуют разные платформы подкастов, объединяющие аудиодорожки по разным темам: iTunes, «Яндекс.Музыка», SoundCloud. В частности, библиотека для молодёжи работает с платформой SoundCloud, где главная задача платформы — это прослушивание музыки. Плеер интегрирован в приложение и при помощи перекрёстных ссылок позволяет соединить подкаст с инфоповодом в «ВКонтакте». На платформе SoundCloud существует бесплатная подписка, которая ограничивает лимитом в 180 минут. Но на «ПРОПЛАНЕ» есть возможность загрузить 6 часов аудиоматериала, правда, это доступно только при платной версии. Чтобы начать пользоваться приложением, необходимо создать учётную запись в SoundCloud. Это можно сделать бесплатно, воспользовавшись соответствующими службами в Google+ или Facebook.

Находить баланс между традициями и современностью, ломать стереотипы, а ещё искать интересные темы внутри собственной библиотеки; спикеров, которые могут увлечённо рассказать о культуре и книге, — такова работа, которую сегодня ведут библиотекари. Её цель — рассказывать о широком спектре возможностей для читателей, о том, что библиотеки занимают особое место среди других культурно-досуговых учреждений, о тех людях, которые работают здесь. Подкасты, квесты и онлайн-проекты доказали свою эффективность по продвижению книги, чтения и библиотеки среди молодёжи.

Системная работа по созданию библиотечно-информационных поводов говорит о постоянном мониторинге и исследовании целевой аудитории, нам необходимо изучать, что люди лайкают, комментируют и чаще всего репостят. Некоторые инфоповоды возникают в буквальном смысле из воздуха, но есть и более предсказуемые варианты, к которым можно приурочить свою новость: праздники, общественные события, премьеры.

И всё же перед сотрудниками библиотеки стоит задача сделать так, чтобы о библиотеке говорили средства массовой информации, а также сделать так, чтобы сайт библиотеки, её сообщества в социальных сетях стали уютным, интересным, тёплым и правдивым источником информации для местных жителей.