

Краевое государственное бюджетное научное учреждение культуры

«ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА»

ОТДЕЛ НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ РАБОТЫ

Общедоступные библиотеки в виртуальном пространстве: экспансия в социальных сетях

Консультация

Составители: С. А. Горячев, Е. Н. Бойнякшина

**ХАБАРОВСК
2014**

Введение

В условиях становления информационного общества и усиления роли информации как стратегически важного ресурса существенно возрастает значение деятельности библиотек по удовлетворению и формированию информационных потребностей, как отдельных граждан, так и всего общества. Это повышает требования к библиотечно-информационной сфере и её специалистам как к «управляемому объекту», существующему в результате функционирования системы управления, включающей следующие звенья: инициирование процесса создания имиджа, проектирование идеального имиджа, формирование имиджа, сохранение имиджа, изменение имиджа». Создание привлекательного имиджа библиотеки предполагает использование новейших технологий, наиболее распространёнными из которых на данный момент являются технологии Web 2.0 (часто приравниваемые к управлению знаниями), которые, революционно выйдя на информационный рынок, очень быстро прижились на всех уровнях информационной деятельности общества.

Формат Web 2.0 предоставляет новые маркетинговые решения, позволяющие изменить принципы продвижения на рынок определённого набора социальных, образовательных и библиотечных услуг и уменьшить расходы на них. Во многом это становится возможным благодаря созданию интерактивных связей между производителем продукции (информации) и её потребителем. Синергетичность этого общения позволяет в несколько раз увеличить эффективность использования информации, в том числе и в библиотечной среде, что значительно стимулирует утверждение положительного имиджа библиотек, в качестве технически развивающегося механизма управления знаниями.

Внедрение новых технологий даёт библиотеке возможность найти своего читателя в Интернете, в игровом пространстве, в социальных сетях, блогах и даже в музыкальном плеере.

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА БИБЛИОТЕК В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Если изучать интернет-представительства, то, прежде всего, их надо упорядочить и систематизировать. Существует множество разных классификаций, например:

- в зависимости от авторства (личные, корпоративные, коллективные);
- в зависимости от контента (контентные, ссылочные, цитатные и т. п.);
- в зависимости от тематики (универсальные, политические, образовательные и т. п.);
- в зависимости от наличия и вида мультимедиа (текстовые, фото-, видео-, музыкальные и т. д.)
- в зависимости от типа веб-сайта (персональный сайт, блог, микроблог, социальная сеть и т. п.).

Для рассмотрения интернет-представительств библиотек лучше всего подойдет классификация по типу веб-сайта. Но если такое понятие, как библиотечный сайт рассмотрено в профессиональной литературе хорошо и подробно, то библиотечный блог, микроблог и представительство в социальных сетях, представляющие практический интерес для многих библиотек, изучены недостаточно, что собственно и побудило автора к созданию консультации.

БЛОГИНГ В БИБЛИОТЕКАХ

Блог (англ. blog, от weblog – интернет-журнал событий, интернет-дневник) — веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. С технической точки зрения в основе блога лежит программный механизм, позволяющий быстро обнародовать упомянутые выше заметки в сети, то есть делать их доступными широкому кругу читателей. Поскольку блоги представляют собой самый экономный канал коммуникации, можно выйти

на тысячи, сотни тысяч людей, потратив несколько сотен рублей и немного личного времени. **Процесс ведения блога называется блоггингом.**

Библиотечный блог для современной библиотеки – это:

- площадка для пользователей (читателей), большинство из которых лояльны именно к блогам, а не к официальным библиотечным сайтам;
 - создание корпоративного ресурса с достаточным количеством тематического контента, оптимизированного под поисковые системы (который регулярно добавляется), что позволяет постоянно привлекать целевых посетителей и их внимание к библиотеке;
 - построение связи с пользователем (читателем) через передачу ощущений личностного аспекта сотрудников и внутренней жизни библиотеки;
 - донесение до аудитории позиции библиотеки в неофициальном виде.
- Блог – это одновременно и официальная и неофициальная позиция. Можно в различных ситуациях трактовать мнение библиотеки, как официальное или как неофициальное;
- место тестирования новых идей.

Библиотечный блог – это уникальное место для выражения креативных мыслей библиотекаря и бесконечный простор для творчества. Помимо этого, он предоставляет неограниченные возможности для рекламы библиотеки и популяризации чтения в естественной среде обитания потенциальных читателей. А если к библиотечному блогу подключить википедию, социальные сети и интернет-радио – то на выходе мы получим уникальную медиа-платформу, позволяющую донести библиотечную информацию до сидящих в Интернете детей / взрослых и, главное, – наладить двухсторонний диалог. Предназначение блога – это интерактивное общение библиотекаря с миром. Следовательно, на блоге можно, и даже нужно, размещать «информацию к размышлению», ту, которая увлечёт, зацепит потенциального читателя / пользователя.

На страничках блога необходимо вести диалог с читателем и с коллегами. Для этого имеется функция «комментарии». Пользователь, прочитавший интересную и актуальную статью/пост, может оставить свой комментарий, отражающий его точку зрения или мнение. Это означает, что человек заинтересовался материалом, и желает высказать свое мнение или даже подискутировать. Библиотекаряю, ведущему блог, очень желательно отвечать читателям и вести с ними «виртуальный» диалог.

Для библиотек особую значимость представляет возможность публикации отзывов (комментариев, «комментов») посетителями. Она делает блоги средой сетевого общения, имеющей ряд преимуществ перед электронной почтой, группами новостей, веб-форумами и чатами.

Положительным качеством блогов является их неофициальность. Для «официоза» есть сайт, а формат блога предполагает более свободное общение. Еще один плюс – это возможность оперативно размещать новости и фотоотчёты. То есть, если ведение сайта это в основном прерогатива веб-мастера, то вести блог вполне по силам и обычному библиотекаряю.

Популярные сервисы:

Blogspot.com (<https://www.blogger.com>)

Blogger – веб-сервис для ведения блогов, с помощью которого любой пользователь может завести свой блог, не прибегая к программированию и не заботясь об установке и настройке программного обеспечения. Публикация фотографий на Blogger.com весьма удобна благодаря интеграции с фотохостингом Picasa. Также здесь можно зарабатывать деньги, размещая рекламу, менять оформление, вести один блог одновременно нескольким пользователям и т. д. Популярность данного блог-сервиса среди русскоязычных пользователей постоянно растёт.

Преимущества:

1. Высокая интеграция с другими сервисами Google. Из загруженных картинок автоматически создаются альбомы в Picasa, можно в один клик

мышкой «запостить» в блог картинку с Picasa или даже документ из Google Docs. Для входа используется тот же логин, что и в остальные сервисы.

2. На одну учётную запись можно создать несколько блогов.

3. Блогу можно присвоить любой незанятый адрес, который можно в любой момент поменять.

4. По умолчанию нет рекламы.

5. От интерфейса Google там только узкая панель сверху, остальное — на вкус пользователя.

6. Внешний вид блога можно настраивать произвольным образом.

Примеры использования:

1. Блог ГПНТБ России (<http://gpntb.blogspot.com/>). В ленте новостей блога размещается информация о проведении мероприятий, конференций, отчёты о событиях из жизни библиотеки, которые по возможности дополняются фотографиями. Вверху страницы располагаются вкладки («история и координаты библиотеки», «информация для читателей», «конференции», «поездки», «фото-видео», «юмор»), содержащие полезную и интересную информацию.

2. «Открытая книга» – блог библиотеки в ДК им. Кониной г. Егорьевска Московской области (<http://otkrkniga.blogspot.ru/>). Страница блога украшена интересными цитатами и стихотворениями и содержит полезную информацию о проведении мероприятий и акций, ссылки на странички и сайты коллег по району. Для пользователей выкладываются данные о мероприятиях (как прошедших, так и планируемых), поздравления с праздниками которые максимально дополняются фото и видео материалами.

3. «БиблиоОгонёк» – блог библиотек МКУК «КГЦБС» г. Калач-на-Дону Волгоградской области (<http://library-famili-center-kalach2.blogspot.ru/>). Записей публикуется мало, но по итогам каждого месяца выкладывается отчёт о проделанной работе и проведённых мероприятиях, текст которого иллюстрируется фотографиями. Вверху страницы располагаются вкладки – «Наш край» (фотографии), «Город воинской славы – Калач-на-Дону»,

«Наши библиотеки», «Интересное видео», «Выставки и интерьер библиотек», «Метод Чуланчик», «Мероприятия (сценарии, фото-галерея)».

4. «Библиопчёлка» – блог библиотек Волгоградской области (<http://beebliblioteca.blogspot.ru/>). В блоге публикуются разные новости об акциях, библиоблоггерстве, проектной деятельности, виртуальные экскурсии, инновации в библиотеках. Вверху страницы располагаются тематические вкладки – «Интернет-акции», «Оцифрованные издания», «БиблиоНочь», «Презентации», «Уроки блоггинга», «Царицын – Сталинград – Волгоград», «Сталинградская Битва». Но главная его особенность – не освещаемые темы, или выделенные рубрики, а авторский стиль повествования – не формальный, сказочно-повествовательный, сразу привлекающий и захватывающий внимание читателя и заставляющий читать новости до конца.

Живой Журнал или ЖЖ (<http://www.livejournal.com>)

Один из крупнейших блог-сервисов мира, а также самый крупный русскоязычный сервис такого рода. Фактически – основа русской блогосферы. Русскоязычный «Живой Журнал» характеризуется качественным разнообразием: на этом блог-ресурсе завели дневники многие видные политические и культурные деятели, партии, фирмы, издательства и т. д.

«ЖЖ» предоставляет своим пользователям возможность создавать сообщества, настраивать трансляции, вставлять опросы, обмениваться личными сообщениями, регулировать уровень доступа к своим дневникам и записям, подключать систему мгновенного обмена сообщениями, добавлять записи, как на сайте, так и через программу-клиент и т. д.

Примеры использования:

1. «День за днём, книга за книгой» – Красноярская краевая научная библиотека (<http://kraevushka.livejournal.com>). В ленте новостей блога размещается любая информация, будь то официальная статистика, статьи о

мероприятиях библиотеки или юмористические заметки. С лева от «ленты» находится список тегов (меток), используя которые можно найти информацию по интересующей тебя теме. Метки делятся на две группы: географические и именные рубрики, список ключевых слов. Особо стоит отметить большое количество новостей по всем основным библиотечным темам, таким как: выставки, редкие книги, журналы, клубы, библиотеки и другие.

2. Библиотека №1 им. Н. К. Крупской¹ (<http://lib-im-kрупskoy.livejournal.com>). Большая часть информации размещающейся в блоге, так или иначе, связана с книгами. В облаке тегов можно найти основные жанры, учебные дисциплины и просто популярные темы. Среди таких новостей особо выделяется регулярно обновляющаяся метка «новинки». Статьи о новых книгах могут выходить с 1–3 дневным интервалом и охватывать всё, что получила библиотека за месяц.

3. ГПИБ России – Историческая библиотека (<http://gpib.livejournal.com>). В блоге нет разветвлённого облака тегов, но зато они активно ведут рубрику «книжная полка», где указывается вся необходимая информация о книге (включая как её найти). Так же интерес представляет тег «доска объявлений», где можно найти информацию о мероприятиях библиотеки и сводку новостей за прошедший месяц, снабжённую необходимыми ссылками.

4. Астраханская областная детская библиотека (<http://odb-ast.livejournal.com>). Пишут редко, тегов мало, но статьи стараются делать информативными и сопровождать иллюстрациями. Их любимый жанр «отчёт» о деятельности библиотеки с фотографиями с места события.

Ли.ру (<http://www.liveinternet.ru>)

LiveInternet одна из крупнейших в российском Интернете блог-платформа, предоставляющая каждому пользователю возможность ведения собственного дневника, интегрирующего блоги разных пользователей,

¹ СПбУГБУ «Невская ЦБС», г. Санкт-Петербург

организующего общение между пользователями блогов, а также подписку на обновления в блогах интересующих людей. Ли.ру предоставляет своим пользователям возможность добавлять сообщения через программу-клиент, sms и электронную почту, настраивать RSS-рассылку, подключать к дневнику веб-камеру и т. д. К тому же здесь можно завести собственную почту. Сервис предоставляет следующие возможности:

1. Добавлять сообщения в дневник, как через веб-интерфейс, так и с помощью программных клиентов, по электронной почте или SMS.

2. Читать обновления в выбранных дневниках (через ленту друзей в Интернете, через подписку по почте, в программных клиентах).

3. Создавать свои, а также участвовать в работе уже существующих тематических сообществ.

4. Настраивать внешний вид своего дневника, права доступа к каждой из записей и к дневнику в целом.

5. Осуществлять навигацию между дневниками и сообщениями в них, используя разделы дневника, теги, календари, цитатники, поиск по сообщениям, подборки по интересам и городам.

6. Использовать интегрированные сервисы фотоальбомов, видео- и аудиозаписей, форумов, знакомств и личных сообщений между пользователями. К дневнику можно подключить веб-камеру.

Примеры использования:

1. Библиотека ИвГМА (<http://www.liveinternet.ru/users/5411355/blog/>). Среди публикаций преобладают отчёты о проведённых мероприятиях. Особый интерес в блоге представляют отзывы, обзоры и рекламные статьи о книгах.

2. 3-я районная библиотека Петроградского района (<http://www.liveinternet.ru/users/4212333/blog/>). В блоге можно найти статьи о проведённых мероприятиях, которые всегда содержат много фотографий.

Основные этапы по созданию блога

1. Формирование идеи и концепции блога.

Прежде всего, должна быть определена основная цель ведения блога – позиционирование библиотеки и её блога в интернет-пространстве. Подумайте, сколько блогов стоит открыть. Возможно, библиотеке понадобится несколько блогов.

Блог может решить ряд задач, например:

- увеличить диапазон общения с пользователями путём поддержания диалога: посты авторов, комментарии читателей;
- предоставить пользователям и коллегам актуальный, интересный контент;
- провести опросы, позволяющие определить основные информационные потребности аудитории, читающей блоги;
- получить отклики от своих читателей с использованием традиционного способа – комментариев под постами;
- популяризировать информацию о библиотечной деятельности, увеличивая число подписчиков;
- привлечь поисковые системы благодаря насыщенности ключевыми словами, регулярной обновляемости контента и множеству входящих и исходящих ссылок.

Также перед началом ведения библиотечного блога необходимо прийти к единому мнению и ответить на вопрос, будет ли он блогом библиотеки или блогом библиотекаря?

1) Блог библиотекаря – это результат его личных побуждений, в котором он может писать, о чём считает нужным. В данном случае поддержка от коллег не предусматривается либо носит характер рекомендаций и советов.

2) Блоги библиотек зачастую начинают вести те или иные специалисты по инициативе руководства. В данном случае, с одной стороны,

гарантирована помощь и поддержка коллег, но с другой стороны – обязательный контроль руководства.

2. Создание блога и наполнение его информацией.

Выбирая платформу для создания блога, библиотеки в основном выбирают бесплатные и популярные ресурсы. После того как блог создан, его необходимо зарегистрировать в поисковых системах. Регистрация необходима для того, чтобы новые записи блога распознавались поисковым роботом сайтов Google, Yandex и др. Для этого необходимо, чтобы пост был релевантен ключевому запросу, который задал пользователь поисковой системы. Ведущий блога как специалист библиотечного дела должен лучше всех знать эти ключевые запросы, выбрать из них самые лучшие и уметь их использовать в своем тексте.

Время, затрачиваемое на подготовку материалов для публикации в блоге, варьируется в зависимости от их типа. Особенно тщательно приходится работать над методическими и аналитическими материалами, требующими более глубокой проработки темы и анализа ситуации.

Работник, который берётся за организацию и ведение блога, должен владеть элементарными навыками работы в сети Интернет, быть специалистом в своем деле, иметь чувство слога, литературный талант, а самое главное – видеть перед собой цель и быть уверенным в своих возможностях.

Основа блога это его контент (наполнение). Именно от той информации, которая размещается в ресурсе, будет зависеть его посещаемость, количество просмотров страниц, количество комментариев к постам, число подписчиков и т. д.

Для ведения блога может быть избрана следующая **стратегия (правила ведения блога):**

1) информировать лишь о самых интересных мероприятиях, проводимых в библиотеке – о тех из них, которые могут заинтересовать публику. К примеру, флешмоб «Как пройти в библиотеку», конкурс

творчества читателей и т. д. При этом стараться избегать официальных отчётов о мероприятии, искать более интересные способы подачи материала;

2) поддерживать периодичность и регулярность обновлений, писать так часто, как это только возможно;

3) следить за релевантностью ключевых слов, по которым пользователи обращаются в блог, и содержанием размещаемых постов. Если в блоге обнаруживается недостаточно информации по искомому ключевому слову, то нужно дополнять содержимое блога материалами, раскрывающими поисковый запрос;

4) выявлять наиболее популярные посты блога, что легко сделать, обратившись к разделу статистики или оценив количество и качество комментариев;

5) поднимать темы, вызывающие неоднозначное отношение и способствующие возникновению диалога, дискуссии;

6) публиковать посты о рейтингах книг, интернет-ресурсах определённой тематики, тем самым ориентируя пользователя в мире популярной литературы и информации по профильной теме;

7) держать своих коллег в курсе последних событий в сфере культуры: принятии новых законодательных актов, объявленных конкурсах, на шумевших материалах в средствах массовой информации и др. Не прибегать к копированию постов целиком с других сайтов, блогов, если, конечно, об этом не попросил сам автор. Обязательно добавлять собственное мнение по каждому размещённому в блоге материалу;

8) избегать превращения блога в календарь знаменательных дат (размещать посты, посвящённые только знаменательным датам). Такие записи практически никто не читает, они создают удручающее впечатление о блоге;

9) писать не только на серьёзные темы, но и отдавать дань забавным казусам библиотечной жизни. Примером этого могут служить посты «Библиотечная кулинария», страницы «БиблиоЮмор» и «БиблиоВидео»;

10) следить за комментариями к каждому опубликованному сообщению, оперативно отвечать на них. Именно из комментариев можно узнать, как коллеги и пользователи библиотечных услуг оценивают материал. С помощью комментариев можно выявить допущенные ошибки, из них можно почерпнуть идеи для следующих постов;

11) участвовать в блоггерских конкурсах, чтобы заявить о себе, потому что если вы попадёте в число лучших, на вас обязательно поставят ссылку.

Такая фраза как «покупатель всегда прав» в полной мере распространяется и на читателя-пользователя. «Как его привлечь? Чем удивить? Как стать интересными ему?» – вот задачи, которые работники библиотеки решают каждый восьмичасовой рабочий день и некоторое оставшее свободное от работы время. Это в полной мере касается и ведения блога.

В качестве советов по привлечению читателя на свои страницы можно назвать следующие:

- размещать полезную, конструктивную информацию;
- активно общаться на интересующих вас блогах;
- приглашать собеседников посетить блог;
- сохранять позитивный настрой;
- писать актуальные сообщения согласно мониторингу входящих запросов;
- профессионально излагать сведения;
- обмениваться профессиональными наработками;
- регулярно обновлять информацию;
- заниматься продвижением блога в Интернете.

Практические советы для ведущих блогов

1. Отнеситесь ответственно к выбору дизайна блога. Дизайн не должен быть вызывающим, раздражающим. Лучше всего, если это будет библиотечная тематика или нейтральные тона.

2. Оставайтесь верным теме своего блога.
3. Не забывайте создавать отдельные страницы или дополнительные панели ссылок на полезные материалы;
4. Придумывайте интересные заголовки. Убедитесь, что ваши заголовки заметны.
5. Иллюстрируйте текст фотографиями или видео
6. Ссылайтесь на других блоггеров.
7. Пишите гостевые посты для других блоггеров. Благодаря таким постам, вы можете рассказать о себе и своем блоге в блогах других авторов. Это даст вам шанс завлечь новых читателей на ваш блог. Но учтите, что вам надо будет написать отличную ценную статью, чтобы быть по достоинству оценённым искушенными читателями.
8. Ваши посты должны содержать ваше мнение или комментарий.

МИКРОБЛОГИ В БИБЛИОТЕКАХ

Микроблогинг (англ. micro-blogging) – это форма блогинга, которая позволяет пользователям писать короткие (до 140 символов) заметки и публиковать их; каждое такое сообщение может быть просмотрено и прокомментировано в режиме чата либо кем угодно, либо ограниченной группой лиц, которые могут быть выбраны пользователем. Эти сообщения могут быть переданы различными способами, включая такие, как текстовые сообщения, мгновенные сообщения, электронная почта, или web-интерфейс.

Основные возможности применения микроблогов в практике библиотек:

1. Публикация новостей библиотеки.
2. Обзоры и анонсы новых поступлений, библиотечных мероприятий и услуг.
3. Короткие советы по пользованию как библиотекой в целом, так и отдельными её частями: каталогами, картотеками, платными услугами, сайтом.

4. Публикация ссылок на интересные статьи о библиотеках, книгах или информационной грамотности.
5. Ответы на вопросы пользователей.
6. Публикация информации о видных деятелях по профилю библиотеки.

Практические советы для ведущих микроблоги

1. Укажите в настройках аккаунта название библиотеки и ссылку на сайт. В поле «О вас» укажите имена пишущих библиотекарей.
2. Используйте микроблог как инструмент для общения, а не вещания. Отвечайте на личные сообщения и упоминания.
3. Регулярно выполняйте поиск по блогу на предмет упоминаний. Не игнорируйте разговоры, которые ведутся о вашей библиотеке.
4. Читайте тех, кто читает вас. Когда кто-то читает вас, это признак того, что он заинтересован в общении с вами; когда в ответ вы становитесь его читателем, вы проявляете взаимный интерес и создаёте очень важную связь с вашим сообществом. Дополнительным преимуществом этого является возможность обмениваться мгновенными сообщениями между теми пользователями, кто является читателями друг друга.
5. Пишите в блоге приблизительно от 1 до 5-6 раз в день. Не стоит делать как длительных пауз, так и перегружать читателей большим количеством постов.
6. Задавайте вопросы и получайте отзывы. Не забывайте следить за сообщениями с ответами и результатами.

Популярные сервисы:

Твиттер (<http://twitter.com>).

Твиттер (англ. Twitter – «чирикать», «щебетать», «болтать») – сервис для публичного обмена короткими сообщениями, используя веб-интерфейс, SMS, средства мгновенного обмена сообщениями или сторонние программы-клиенты. Пользование сервисом бесплатно. Пользование посредством SMS тарифицируется оператором согласно тарифному плану пользователя.

Важная особенность Твиттера – это возможность общения с читателями – другими блоггерами, ведущими свои блоги на твиттере. Можно так же подписаться на чужие блоги и читать их в единой ленте. Краткость, удобство, оперативность, широкий круг читателей – всё это делает Твиттер популярнейшим сервисом ведения блогов.

Примеры использования:

1. Российская государственная библиотека для молодёжи
<http://twitter.com/#!/rgub>
2. Красноярская ГУНБ – <http://twitter.com/#!/kraevushka>
3. Оршанская библиотека – <http://twitter.com/#!/biblioorshanka>
4. Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А. С. Пушкина – <http://twitter.com/#!/tambovlib>
5. Архангельская областная научная библиотека имени Н. А. Добролюбова – <http://twitter.com/#!/Dobrolubovka>

Жужужу (<http://www.jujuju.ru>).

Жужужу — это интернет-сервис, позволяющий бесплатно создать микроблоги на любой случай жизни. В микроблоге можно писать любые сообщения, например, о том, чем ты занимаешься или о чём ты думаешь в данный момент. Пригласив своих друзей и знакомых подписаться на твой микроблог, ты позволяешь им быть в курсе всех текущих событий твоей жизни и оперативно реагировать на них, также посылая тебе короткие сообщения. Таким образом, создаётся целая сеть общения на актуальные, повседневные темы в реальном времени.

В Жужужу можно заводить неограниченное число микроблогов в зависимости от твоих различных социальных функций. Например, первый блог лично твой, персональный, далее ты можешь вести блог от лица своей организации, какого-либо отдела и даже отдельного проекта и мероприятия.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В БИБЛИОТЕКАХ

Социальная сеть — это интерактивный, многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети. Сайт представляет собой автоматизированную социальную среду, позволяющую общаться группе пользователей, объединённых общим интересом. Связь на сайте осуществляется посредством веб-сервиса, внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями.

Ключевыми факторами использования социальных сетей для библиотек являются:

- виды приложений, где пользователь может самостоятельно создавать свою запись;
- технологии оповещения связанные с распространением новостей;
- культура открытости, которая делает контент доступным для распространения и повторного использования;
- культура доверия, которая поддерживает распространение контента обсуждение и внесение замечаний;
- сервисы социального сотрудничества, помогающие распространять изображения, рассказы, комментарии.

Страницы в социальных сетях используются библиотеками, как локальный информационный ресурс, более приближенный к пользователю, чем сайт библиотеки. Здесь можно найти контактную информацию, анонсы о предстоящих мероприятиях и акциях, фотографии библиотеки и её коллектива, поздравления читателей с праздниками. Благодаря общению со своими коллегами в виртуальном режиме происходит обмен инновациями.

Практические советы:

С чего же начать свое продвижение в социальных медиа? Для начала определитесь, что вы хотите вести – страницу или группу.

Группа – это сообщество, в котором люди могут общаться друг с другом, делиться информацией и взаимодействовать, но только в рамках заданной темы или идеи. Большая часть создателей групп преследует цель

прорекламиривать товар или услугу и заработать на этом. Библиотекари могут использовать группы для рекламы мероприятий.

Страницы в соцсетях называют визитками, где пользователь рассказывает о себе и по предоставленной информации его смогут найти друзья и знакомые. Более того, создав страницу можно делиться новостями библиотеки, новинками библиотечного фонда, тем самым привлекая аудиторию из социальной сети, взаимодействуя с ней. Если вы хотите, чтоб о вашей библиотеке узнало, как можно большее количество людей, тогда вам лучше создать страницу. Основное отличие групп от страниц состоит в том, что страницы доступны всем, в том числе и тем, кто в социальной сети не зарегистрирован, а группу можно закрыть от остальных пользователей.

Поставьте цели и задачи создания группы или страницы. Например, цели и задачи могут быть такими:

Цели:

- оптимизировать связи с пользователями, интересующимися библиотекой, её услугами и деятельностью в целом;
- привлечь внимание коллег к работе вашей библиотеки и наладить рабочие коммуникации.

Задачи:

- увеличение числа пользователей, посещающих вашу библиотеку или аккаунт;
- информирование пользователей о деятельности библиотеки;
- ваша собственная узнаваемость, обмен опытом, получение обратной связи;
- повышение обращаемости к сайту библиотеки.

Продумайте концепцию страницы библиотеки: зашедший на страничку пользователь, должен быть уверен, что говорит именно с теми, кто искренне любит это место и считает что, его стоит посещать. Подберите стиль, опишите основные принципы, создайте ключевые тексты, подберите

аватары. Ищите самые интересные темы и идеи, относящиеся к работе библиотеки. Делитесь этой информацией с пользователями. Старайтесь создавать тексты, подразумевающие дискуссии в комментариях. Пишите ясно и просто, чтобы было легко разобраться неискущённому читателю. Разъясняйте всё, что нужно и можно разъяснить и объяснить. Старайтесь отмечать имена участников на фото, что может быть еще одним способом привлечения «Друзей». Предлагайте своим пользователям выбрать, кого из знаменитых людей пригласить на следующую встречу. Публикуйте отчёты о мероприятиях. Самый действенный способ найти настоящего читателя и замотивировать его – поместить рецензию на книгу. Важно не только выкладывать информацию, но и общаться – отвечать на комментарии, задавать вопросы, пытаться понять, что ещё интересно аудитории.

Созданный аккаунт будет эффективен лишь в том случае, если часто и качественно обновляется его контент, есть работа с обратной связью (оперативность ответов на вопросы, негатив, запросы участников), существует большое количество и качество переходов на сайт библиотеки, живая активность участников (лайки, комментарии, перепосты).

Объединение сайта и социальных медиа привлечёт новых пользователей на ресурс и откроет новые возможности распространения контента, для этого на своём сайте добавляйте кнопки социальных медиа. Ресурсы также можно объединить ссылками друг на друга, анонсами публикаций.

Требования к создаваемому контенту:

- документы должны быть небольшого объёма;
- библиографическая информация должна даваться в малых дозах;
- должна присутствовать ориентирующая информация (чаще всего это объявления о мероприятиях и описания услуг);
- все публикации и сообщения должны быть проверены на наличие ошибок;

- не размещать фотографии и личные данные других лиц, без их согласия;
- соблюдать авторские права;
- не писать обезличенные шаблонные сообщения, стараться использовать имя получателя.

Социальные сети отличаются друг от друга составом аудитории и возможностями продвижения. Зачастую пользователи зарегистрированы в нескольких, а предпочтение отдают какой-то одной.

Рассмотрим самые востребованные российской аудиторией социальные сети. Это четыре крупнейших проекта «Facebook», «ВКонтакте», «МойМир» и «Одноклассники».

«Facebook» (Фейсбук) – крупнейшая социальная сеть в мире, аудитория, которая насчитывает более 600 млн пользователей. «Фейсбук» в России обладает более качественной целевой аудиторией, чем другие популярные социальные сети. Сеть имеет бесплатные сервисы, игры, группы, возможность общаться с друзьями и выкладывать свои фотографии. Ресурс интересен просто потому, что общаться, организовывать и поддерживать профессиональные контакты здесь удобнее всего. Здесь можно информировать читателей о своих услугах и предложениях, формировать общественное мнение, а также привлекать внимание к своим мероприятиям. В сообщество постепенно добавляется всё больше людей, действительно заинтересованных в получении информации по той или иной теме. И далее они начинают рекомендовать это сообщество своим единомышленникам. На Фейсбуке можно создать группу или страницу. Группы лучше использовать для организации краткосрочных нерегулярных событий, например, обсуждения или проведения мероприятия. Страницы больше подходят для долгосрочных проектов, например, представительства библиотек. Библиотечное сообщество чаще всего выбирает «Фейсбук». Это страницы библиотекарей и тематические библиотечные группы. Среди них, например,

такие группы, как «Год библиотек», «Библионочь – 2012», «НеКонференция библиотечных блогеров» и др.

Что лучше, какую сеть предпочесть той или иной библиотеке выбор за вами, но правило одно, библиотеке надо быть там, где её пользователи и позиционироваться повсюду.

Примеры использования:

Страница: Российская государственная библиотека:
https://www.facebook.com/Leninka.ru/timeline?ref=page_internal

У них особо примечательны посты с видеозаписями к юбилеям музыкальных исполнителей и ссылка на сайт аудиосказок. На странице есть и рекламная информация о библиотеке. Во вкладке «Ещё» находятся разделы «Виртуальная справка» и «Диссертации РГБ». Во вкладке «Мероприятия» находится список мероприятий, к которым можно присоединиться. Есть и полезная информация в виде памятки «Как читать диссертации в Электронной библиотеке РГБ». Подписчиков – 14801.

Страница: Нижегородская Областная Детская Библиотека:
<https://www.facebook.com/libraries.year#!/ngodb>

Выкладывают новости, из жизни библиотеки, иллюстрируя их фотографиями. Подписчиков – 2697.

Страница: Библиотека-читальня им. И. С. Тургенева:
<https://www.facebook.com/libraries.year#!/turgenevka?fref=ts>

На странице расписаны библиотечные новости, информация о новых поступлениях и мероприятиях. Подписчиков 1680.

Страница: Библиотека им. Н. Островского:
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100004399412806&fref=ts>

Выкладывают новости из жизни библиотеки, иллюстрируя их фотографиями. Подписчиков – 2516.

Страница: Библиотека-Хаб Им. Наволочкина:
<https://www.facebook.com/#!/profile.php?id=100003459983367>

На странице можно найти библиотечные новости и видеоролики прошедших мероприятий. Подписчиков – 118.

Проект «ВКонтакте» был разработан как социальная сеть, рассчитанная на школьников, студентов и окончивших ВУЗы, однако в последующие годы стал объединять в себя людей разных возрастов. На данный момент в сети зарегистрировано более 100 млн пользователей. Если вы работаете с молодёжной аудиторией, то она в этой Сети.

Набор функций: стандартен создание своего профиля со своим описанием, ведение переписки с пользователями лично, создание групп по интересам, добавление фотографий, музыки, видеозаписи, фильмов, оставление под ними своих комментариев, создание собственных фото, видео, медиа.

Эту сеть чаще всего библиотеки используют для создания своих групп, где публикуют новости, знакомят с новыми поступлениями, оперативно отвечают на вопросы пользователей, проводят опросы. В «ВКонтакте» есть группы и сообщества: «Книги, изменившие мою жизнь» – более 160 тыс. человек, «Что читать» на 10 – 20 тыс. пользователей и ещё ряд сообществ, связанных с темой чтения вообще. Можно сделать вывод, что чтение для пользователей «ВКонтакте» – довольно привлекательное занятие.

Примеры использования:

Группа: Библиотека искусств им. А. П. Боголюбова:
<http://vk.com/club4823460>

В группе можно прослушать аудиозаписи классической музыки и чтения художественных произведений, узнать о событиях в библиотеке. Также в ленте есть интересные факты о писателях. В группе – 2184 участника.

Группа: Детская библиотека Мари Эл: <http://vk.com/rdbirme>

Новостная лента содержит информацию об объявленных конкурсах и проходящих мероприятиях. В ленте есть не только информация о писателях-

юбилеях, но и аудиофайлы их произведений. В обсуждениях можно поделиться впечатлениями от прочитанного. Также можно прочесть свежий номер газеты «Библиознайка». Документ выставлен в формате pdf. Участников – 174.

Страница: Библиотеки Кемеровские: <http://vk.com/kemerovskie>

Новости обновляются часто. В них можно найти информацию о мероприятиях библиотек г. Кемерово. На странице загружены тематические видеоролики один из которых является рекламой библиотеки.

Группа: Центральная библиотека г. Бикина и Бикинск. р-на: <http://vk.com/club66168625>

Интересная группа здесь есть посты с информацией об известных писателях, перечень платных услуг, который оказывает информационный отдел библиотеки. Цитаты и афоризмы известных писателей и из знакомых произведений делают страницу привлекательной. Списки книг: «10 отличных книг по саморазвитию», «10 книг, которые должен прочитать каждый» представляют интерес. Участников – 18.

Группа: Комсомольск-на-Амуре Центральная городская библиотека: <http://vk.com/club1723720>

На странице можно прочитать репосты участников группы и комментарии к ним. Участников 13.

Страница: Библиотека Филиал²: <http://vk.com/id252326658>

Кроме новостной ленты на странице загружена видеореклама книг.

Страница: Библиотека-Имени-Н-Островского Гцб: <http://vk.com/id181679146>

В новостной ленте есть библиотечные новости, поздравления от читателей и других библиотек к праздникам, комментарии участников к прошедшим мероприятиям. Интересен репост читателя – список книг Сенсей «Исходный Шамбалы». Подписчиков – 9.

² БФ № 15 ГЦБ г. Комсомольск-на-Амуре

«Одноклассники» – социальная сеть, позволяющая найти и восстановить общение с бывшими одноклассниками, однокурсниками, выпускниками, друзьями школьных и студенческих лет, приятелями и знакомыми. С помощью «Одноклассников» можно отправлять сообщения своим одноклассникам, загружать и выставлять оценки фотографиям своих знакомых, комментировать темы на форумах и просматривать страницы других пользователей. В «Одноклассниках» существует сервис для нахождения новых друзей и знакомых с множеством анкет людей, которые смогут разделить общие интересы, хобби и увлечения. Кроме всего прочего, сайт «Одноклассники» предоставляет возможность получать информацию о том, кто просматривал вашу страницу. Вы сможете получить полные сведения обо всех гостях в виде удобного списка, где содержится имя пользователя и время визита на вашу страничку. Идеальный контент для «Одноклассников» – всё, что касается детей, близкого общения, кухни, работы, мест отдыха, выбора учебных заведений. Темы, характерные для «Одноклассников», – это «Кулинария», «Дизайн», «Уход» за собой и т. п., в целом женские темы, потому что преобладает женская аудитория (57% пользователей). «Одноклассники» – отличная площадка для пропаганды детского и семейного чтения.

В «Одноклассниках» существуют библиотечные группы, в которых библиотекари обсуждают свои общие профессиональные проблемы, делятся впечатлениями о конференциях, обсуждают последние новости в библиотечном мире, находится место и для юмора. Существуют и группы, представляющие отдельные библиотеки.

Примеры использования:

Страница: Библиотека Фёдоровка: <http://ok.ru/profile/553824908752>

На странице много фотографий и видеороликов о прошедших в библиотеке мероприятиях. Размещены репосты других библиотек рекламного характера (о новых поступлениях в библиотеку КузГТУ и реклама зала библиотеки им. Н. В. Гоголя г. Кемерово). Есть и реклама о

сдаче в аренду коворкинг-центра «ОУНБ Фёдоровка». Для мониторинга мнения подписчиков на странице предложены опросы. На данный момент у библиотеки 700 подписчиков.

Страница: Опочининская библиотека:
<http://ok.ru/profile/563928070191>

Весёлое настроение страницы создают репосты с фотографиями подписчиков и посты со стихами, посвящённые месяцам года. Для тех, кто забыл вернуть книгу в библиотеку, есть информация о проходящей акции «Библиотека без задолжников». На странице подписчики делятся своими впечатлениями о мероприятиях библиотеки, которые посетили. Присутствует информация о новых поступлениях. Число подписчиков на данный момент – 373.

Страница: Библиотека имени Николая Островского: <http://ok.ru/b.nikolayaostrovskogo>

Новостная лента компактно расположена (ссылка и небольшая фотография к ней). Новостная лента не отягощена большим количеством фотографий и видеороликов. Число подписчиков на данный момент – 362.

Группа: Библиотеки Саратовского района
<http://ok.ru/group52680530264316>

Группа профинтересов библиотекарей, она создана для передачи опыта и информации. В группе можно узнать о событиях в библиотеках Саратовского района и позаимствовать опыт выставочной работы. У группы 272 участника.

Группа: Детская Библиотека³: <http://ok.ru/propagan>

Группа создана для пропаганды книги, чтения и профессии библиотекаря с целью привлечения новых читателей. Читать – это модно! Откройте новые миры – читайте! В группе можно посмотреть рекомендации книг, а также узнать о событиях в библиотеке, поучаствовать в опросе. Есть репосты с музыкой и детскими песнями.

³ Детская библиотека имени Тургенева в г. Новосибирске

Полезны и списки книг: «50 книг девочек, девушек, женщин всех возрастов», «10 книг, которые вы возможно ещё не читали» для читателей старше 16 лет. Число участников – 722.

Группа: Детская библиотека №1 г. Хабаровск:
<http://ok.ru/group/54769619959839>

Новостная лента заполнена информацией о проходящих мероприятиях. На странице можно узнать справочную информацию о библиотеке и её контакты. Есть пост с весёлой песенкой А. Рыбникова - Ю. Энтина – «Книжкин дом». Участников – 11.

Группа: Центральная библиотека г. Бикина и Бикинского р-на:
<http://ok.ru/mbutsentr>

Группа очень интересная. Здесь есть посты с информацией об известных писателях и фактами о литературных произведениях. К информации о юбилее Вольтера загружен ролик с отрывком фильма «Простодушный», снятый по одноименному произведению. Размещена информация о платных услугах библиотеки. В группе можно узнать: «10 вещей, которые, произойдут с каждым, кто начнёт больше читать», «10 трогательных цитат из книги «Винни Пух» Алана Милна», «5 книг, после которых нельзя начать новые», «10 блестящих цитат из семи любимых книг». Число участников – 115.

«Мой мир» – социальная сеть, соединяющая на странице пользователя действия на основных порталах Mail.ru. Также как и в других социальных сетях, здесь можно найти друзей и коллег, общаться с помощью личных сообщений, размещать свои фотографии, иметь собственную страничку и читать странички других участников, загружать песни и музыку. Работникам библиотек «Мой мир» поможет не только найти коллег и знакомых и установить с ними связь, но и представить своё учреждение и регулярно размещать фото и видеозаписи мероприятий, проводимых библиотекой. Библиотечные группы здесь представляют сообщества библиотекарей, но в

качестве пользователей зарегистрировано множество библиотек. В отличие от других сетей, здесь только помещаются название мероприятия и ссылка на сайт, где можно найти информацию мероприятия.

Примеры использования:

Группа: Книгомания: <http://my.mail.ru/community/knigomaniya/?ref=ho>

Группа создана библиотеками г. Благовещенска. Эта группа создана для того, чтобы любители книг и чтения могли поделиться своим мнением о прочитанном, порекомендовать книги другим, живого общения и обсуждения по вопросам литературы. Помимо библиотечных новостей, здесь можно узнать информацию о новинках, прочитать обзоры, перейдя по соответствующим ссылкам. Также здесь можно поучаствовать в опросах «Какая книга у вас самая любимая» и «Кого любим читать». Участников – 40.

Страница: МИБС г. Благовещенск: <http://my.mail.ru/mail/spa-mibs/>

Содержит репосты библиотечной группы «Книгомании» с информацией о писателях и библиотечные новости. Подписчиков – 33.

Группа: «Библиоцарство» <http://my.mail.ru/community/biblio-zarstvo/>

Группа для библиотечных работников и всех, кто неравнодушен к проблемам библиотечного дела. Их девиз – «Поможем друг другу добрым советом, передовым опытом!». На странице есть аудиозаписи популярных песен. Новостная информация загружена без фотографий с указанием ссылок, где её найти. Участников – 1222.

Страница: Библиотека Братьев Гримм <http://my.mail.ru/mail/bib.grimm/>

На странице можно посмотреть видеоролики к памятным датам и библионовиости. Участников – 923.

Заключение

В наши дни сеть Интернет позволяет получить почти всю необходимую, и что особенно важно, новую и оперативную информацию, не

выходя из дома или даже находясь в дороге. И поэтому не удивительно, что люди, которые раньше ходили в библиотеку, сейчас ищут всё, что им необходимо в Интернете. С учётом этой ситуации, можно сказать, что если читатель не идёт в библиотеку, то библиотека должна идти к читателю. И в этом не лёгком деле блоги и социальные сети – одни из лучших помощников. Эти ресурсы позволяют создать полноценное, интерактивное интернет-представительство библиотеки. Вести эти странички не легко, но отдача при их правильном использовании колоссальна. Новость, которая при обычных условиях может потонуть в море информации, через Интернет может облететь всю страну за считанные часы. Люди, которые никогда не слышали о вашей библиотеке, прочитав одну из новостей блога, могут стать вашими читателями, и при этом не только в Интернете. Подводя итог вышесказанному, стоит отметить, что Интернет не заменит библиотеки, но работа в этой огромной сети позволит даже самой маленькой «библиотечке» стать для людей большой и значимой, позволит привлечь к себе должное внимание и поможет нести свет и знания людям.

Список источников

1. «Лайкнуть» библиотеку / А. В. Зайцева // Современ. б-ка. – 2012. – № 5. – С. 30–33.
2. Библиотекарь на виртуальной кухне, или Для чего нужен блог / М. В. Ивашина // Современ. б-ка. – 2009. – № 3. – С. 38–44.
3. Библиотеки в соцмедиа: куда двигаться дальше? // Унив. кн. – 2013. – № 7/8. – С. 56–57.
4. Библиотеки в цифровую эпоху: воплощая будущее // Науч.-техн. б-ки. – 2012. – № 5. – С. 68–80.
5. Библиотечная блогосфера: в чём феномен библиотечного блога? / А. О. Федоров ; Рос. гос. б-ка. – М. : Пашков дом, 2013. – 87 с.

6. Библиотечные сайты – источник профессиональной информации / И. П. Тикунова // Информ. бюл. Рос. библиот. ассоц. – 2004. – № 32. – С. 43–45.
7. Блог как ресурс социальных интернет-коммуникаций / М. Г. Шилина // Вестн. Москов. ун-ва. Сер. 10, Журналистика. – 2007. – № 4. – С. 18–24.
8. Блоги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.youtube.com/watch?v=Z-aVkJYpDU> SaveFrom.net.
9. Блоги! Блоги? / А. Шеркунова // Смена. – 2008. – № 8. – С. 100–103.
10. Блоги. Новая сфера влияния / А. Попов. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2008. – 336 с.
11. БЛОГодать, или как создается популярность в сети / И. Стечкин // Психология для руководителя. – 2009. – № 2–3. – С. 28–31.
12. Болсуновская, Н. А. Как создать свой блог? [Электронный ресурс] / Н. А. Болсуновская. – Режим доступа: <https://docs.google.com/presentation/view?id=0ATFJ0ooxRzffZDY5amt0bV8xNjdkNHg5azhjYg&hl=ru>.
13. Записки блогоскептика / С. Бакалова // Современ. б-ка. – 2010. – № 4. – С. 83 – 85.
14. Как сделать хорошую и качественную группу Вконтакте? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akak.ru/recipes/6184-kak-sdelat-horoshuyu-i-kachestvennuyu-gruppu-vkontakte>.
15. Как создать группу в Facebook [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fbfon.com/faq/kak-sozdat-gruppu-v-facebook.html>.
16. Как создать группу в Вконтакте? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://akak.ru/recipes/2158-kak-sozdat-gruppu-v-vkontakte>.
17. Как создать группу Вконтакте [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rasta-blog.ru/smo/11-kak-sozdat-gruppu-vkontakte>
18. Не только читать, но и разговаривать / Е. В. Люблянская // Современ. б-ка. – 2011. – № 2. – С. 34–35.
19. Новый социальный феномен – блоги / С. Плетнёва // Управление персоналом. – 2008. – № 8. – С. 89–91.

20. Продвижение чтения в социальных медиа / М. Пикулева, М. Лапук, С. Кузнецов // Университетская книга. – 2013. – № 3. – С. 30–33.
21. Как опубликовать сообщение в блоге [Электронный ресурс] / Сергей Дёмкин. – Режим доступа: https://docs.google.com/present/view?id=0ATFJ0o_oxRzffZDY5amt0bV83MDBncTM4djg4dw&hl=ru.
22. Составление личных хроник – blogging–модный инструмент для самовыражения / А. И. Земсков // Науч. и техн. б-ки. – 2005. – № 6. – С. 51–56.
23. Социальные медиа как среда для продвижения библиотеки / И. Огнева // Библ. дело. – 2012. – № 6. – С. 32–33.
24. Тендряковка «ВКонтакте» / Т. Н. Новых // Современ. б-ка. – 2011. – № 1. – С. 84–85.