

# **МУНИЦИПАЛЬНЫЕ БИБЛИОТЕКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

*Алехина С. А.,  
заведующая информационно-деловым центром  
МАУК «МИБС» г. Кемерово*

За последние два десятилетия публичные библиотеки претерпели значительные изменения, связанные с приходом компьютеров, цифровых систем и Интернета. Никогда еще ресурсы библиотеки не были такими доступными, как сейчас. Новые технологии упрощают процессы запроса, получения и доставки информации. Однако с ростом использования электронных ресурсов снижается посещаемость библиотек. Реальность заставляет библиотеки искать инновационные подходы и побуждает предоставлять услуги методами, удобными для читателя.

Молодое поколение наших читателей выросло с компьютерами, и они легко ориентируются в виртуальной реальности. Для них Web – это не только источник информации, но и место общения, сотрудничества и самовыражения. Библиотеки стремятся активно использовать инструменты Web 2.0 в повседневной практике и ищут инновационные пути оказания услуг в соответствии с изменениями в культурной модели поведения молодого поколения. Работа в этом направлении ведется и в нашей Муниципально-информационной библиотечной системе.

Очень часто упоминаемое в последние годы словосочетание Web 2.0 впервые употребило американское издательство O'Reilly Media, специализирующееся на информационных технологиях. Произошло это в 2004 году. Немного позже глава издательства Тимоти О'Рейлли сформулировал часть принципов Web 2.0.

Wikipedia дает следующее определение термина от О'Рейли: «Web 2.0 — методика проектирования систем, которые путем учета сетевых взаимодействий, становятся тем лучше, чем больше людей ими пользуются. Особенностью веб 2.0. является принцип привлечения пользователей к наполнению и многократной выверке контента».

Другими словами, это означает создание на базе платформы Интернет Web приложений, успех которых зависит от того, насколько пользователи участвуют в их наполнении содержанием. Главная роль в Web 2.0 отводится человеку, а не технологиям. В Web 1.0 определяющим были технические

возможности, а человек под них подстраивался. В Web 2.0 определяющим является человек. Технические возможности не тормозят творчество пользователей и служат ему.

В качестве основных характеристик Web 2.0 можно назвать следующие:

1. Переход пользователей Интернет от пассивной роли к активной, где посредством написания отзывов, голосования, загрузки видео и фото файлов человек участвует в создании контента.

2. Удаленный доступ к сервису. Находясь в любой точке земного шара, человек (при наличии Интернета) имеет равноценный доступ к документам там, где он находится.

3. Социальная составляющая является фундаментальной. Человек участвует в создании информации наравне с другими, формируя таким образом публичный контент. Каждый может создать и разделить с другими текстовые, фото, видео- и аудио материалы.

Такие характеристики Web 2.0 привела в качестве основных Татьяна Усова в своем докладе «Использование популярных Web 2.0 технологий в работе библиотечной системы университета Альберты» на Шестнадцатой Международной конференции "Крым-2009".

Применительно к библиотекам стали говорить о Библиотеке 2.0. Концепция библиотеки 2.0 заимствована от Web 2.0 и имеет схожую философию. Здесь фокус делается на пользователя, который выступает в роли не только потребителя, но и консультанта, и соавтора. Основной целью Библиотеки 2.0 является улучшение коммуникации с читателями и направления их к нужным материалам, предлагая помощь через привычные для них каналы. Новые приложения также способствуют обмену информацией в профессиональных кругах и помогают организовать информационные потоки внутри организации.

Виртуальное пространство стало ведущим фактором развития библиотеки. В виртуальном пространстве, так же как и в реальном,

объединяющим началом служит диалог. Гостевые книги и форумы на сайтах, использование виртуальной справки, библиотечные блоги, социальные сети для популяризации чтения и библиотеки ярко иллюстрируют коммуникативную природу виртуального библиотечного пространства. Особенности общения в виртуальном пространстве являются равноправное общение, повышение экспертной роли пользователя, возможности для самоорганизации пользователя.

С библиотекой 2.0 библиотечные услуги часто переоцениваются и обновляются для своевременного реагирования на изменяющиеся нужды пользователей. Активный и компетентный пользователь - значительная составляющая библиотеки 2.0. Благодаря информации и идеям, циркулирующим в направлении от библиотеки к читателю и обратно, услуги библиотек получили возможность постоянно, быстро и динамично развиваться и совершенствоваться. Пользователь становится участником, создателем и консультантом одновременно, вне зависимости от виртуальности продукта.

Сервисы Web 2.0 позволяют легко создавать, изменять и публиковать контент любого рода (текст, видео, аудио, изображения), собирать и объединять его. С помощью этих сервисов пользователи могут устанавливать отношения, общаться, сотрудничать друг с другом. Комментарии, теги, рейтинги, обзоры являются очень ценным пользовательским контентом, что в итоге, создает более информативный продукт для последующих пользователей. Пользователь становится равноправным участником библиотечного процесса.

Теперь стало абсолютно понятно, что уже недостаточно просто присутствовать в Интернете и ждать, что пользователи сами нас найдут, придут в наши библиотеки. Конечно, мы можем привлечь посетителей на сайт, но что заставит их стать его фанатом, регулярно его читать, возвращаться на этот вебресурс снова и снова и, конечно же, приводить друзей? Мы задаем это вопрос вместе с Андреем Федоровым, чья статья о

библиотечных блогах опубликована в 8-м номере журнала «Библиотечное дело» за 2011 год. И пытаемся использовать Web 2.0 инструменты в работе нашей библиотечной системы.

В текущем 2011 году мы начали активно осваивать технологии, способствующие продвижению муниципальных библиотек в виртуальной среде. И начали мы именно с того, чтобы обратить внимание общественности на наше учреждение и на наши библиотеки.

Известнейший интернет-маркетолог Джим Ричардсон, владелец консалтинга Sumo Design, считает, что «культурным учреждениям необходимо переосмыслить свой подход к социальным сетям, задаваясь вопросом не о том, что мы хотим сказать, а о том, как мы заставим заговорить о себе». С этой целью – заставить «говорить о себе», говорить о нас, наших услугах и продуктах - мы завели свой микроблог в Твиттере.

Твиттер - самая популярная в мире система микроблоггинга - публикации коротких сообщений. Любой желающий после простейшей регистрации может писать сообщения (не более 140 печатных знаков) и читать такие же сообщения других людей. Популярность в Twitter может дать популярность и библиотечному сайту. Благодаря социальным кнопкам Twitter'a и других социальных сетей, людям стало гораздо проще делиться с друзьями чем-либо, что их интересует. Такие социальные кнопки добавлены на главную страницу сайта МАУК МИБС, и, когда кто-то нажимает на них, появляется ссылка на соответствующий контент в соответствующей социальной сети, так люди и делятся информацией со своими друзьями.

Наш микроблог в Твиттере <http://twitter.com/#!/spravkacbs> называется «Библиотеки Кемерово» и рассказывает:

- о библиотеках нашей системы и об их отделах;
- о событиях, происходящих в библиотеках нашей системы - о мероприятиях, юбилеях библиотек;
- о конкурсах и проектах;

- об изданиях наших библиотек – о газете «Арабески», журнале «Седьмой материк» и других;
- о публикациях в СМИ, посвященных библиотекам МАУК МИБС;
- о событиях в городе, связанных со сферой культуры, и о многом другом - например, когда утром 7 октября мы узнали имя нобелевского лауреата в области литературы Томаса Транстрёмера, мы неоднократно отразили в своих сообщениях это значимое событие.

Наша основная задача также – привлечь пользователей на сайт нашего учреждения, познакомить их с информацией, опубликованной на сайте, поэтому, как правило, в сообщениях мы даем ссылки на материалы сайта МАУК МИБС. В наших сообщениях в Твиттере мы, например, приглашали всех заинтересованных приехать на конференцию КЕМ-ЛИБ-2011, заполнить анкету «Библиотека через 10 лет. Какая она?»; приглашали принять участие в Ежегодном городском конкурсе юных литераторов «Свой голос». Иногда темой сообщения становится один из запросов, присланных нашей Виртуальной справочной службе. После опубликования такого запроса – «Почему мне никто не верит, что Наруто станет хокаге? Он же станет?» - нас «зафолловил» один из блоггеров, называющих себя «Наруто».

В Твиттере мы рассказываем о наших проектах, осуществляемых в социальных сетях – например, о созданном в «Моём мире» сообществе «Что бы почитать?» и о темах, которые в нем обсуждаются.

На текущий момент у нас в Твиттере 60 читателей, среди которых – известнейшая блоггерша Ирина Огнева, автор «Библиомании»; нас также читает блог «Библиопчелка» и Официальное неформальное представительство социальной сети читателей книг LiveLib. С 26 сентября 2011 г. мы опубликовали в Твиттере около 600 сообщений. Тем не менее, главное впереди. Наша активность в социальных сетях не должна быть сконцентрирована только на том, что мы хотим сказать, нам нужно постоянно искать возможности заставить других говорить о нас. Нас

упомянули в Твиттере всего несколько раз, и мы стремимся к тому, чтобы упоминали гораздо чаще, чтобы общественность знала наше имя.

Социальные сети - интернет-сообщества Facebook, В контакте, Одноклассники, Мой мир и другие – в настоящее время испытывают бум в количестве пользователей, поскольку становятся местом социального общения, облегчают получение нужной информации, а также дают уникальную возможность людям выразиться и найти друзей по интересам. Социальная сеть направлена на построение сообществ в Интернете из людей со схожими интересами и/или деятельностью. Связь осуществляется посредством сервиса внутренней почты или мгновенного обмена сообщениями. Также бывают социальные сети для поиска не только людей по интересам, но и самих объектов этих интересов: веб-сайтов, прослушиваемой музыки и т. п.

Продвижение в социальных медиа превращается в обязательный аспект работы организации, и это неудивительно: аудитория социальных сетей растет, меняется, создает настроения, инициирует группы по интересам, профессиональные сообщества. Если говорить о том, зачем нужны социальные сети библиотекам, то цель такой деятельности в них – это увеличение числа упоминаний наших библиотек и проводимых в них мероприятий, выпускаемых продуктов в Интернете. Мероприятия по работе в Сети позволяют сформировать позитивный имидж муниципальных библиотек, увеличить количество и качество позитивных отзывов об их продуктах и услугах, активизировать обсуждения в сообществах читателей, что в конечном итоге может привести к увеличению пользователей библиотек – пусть не всегда реальных, но также и виртуальных.

Сегодня многие организации, в том числе библиотеки, занимаются своим продвижением в сетях. Мы начали осваивать социальные сети и начали с сети «Мой мир», а затем почти сразу мы открыли свою страницу «Вконтакте» и на Фейсбуке. Основная российская аудитория социальных сетей сосредоточена в трех крупнейших проектах – «Вконтакте», «МойМир»

и «Одноклассники». Считается, что «Вконтакте» – это социальная сеть для молодых, пользователи «в возрасте» традиционно предпочитают «Мой мир» и «Одноклассники».

На данный момент лучше всего освоена нами социальная сеть «Мой мир», где существует страница МАУК «МИБС» г. Кемерово под названием «Библиотеки Кемеровские», а также страницы библиотек системы. Свои страницы создали наиболее крупные городские библиотеки: Библиотека им. Н.В. Гоголя, библиотеки: «На Весенней», «Надежда», «Книжная планета», «Диалог», «Встреча», «Ариадна», Детская библиотека им. А.М. Береснева, и такие детские библиотеки, как «Родник», «Сибирячок». На своих страницах библиотеки «приглашают в друзья» своих реальных читателей, а также жителей окрестных домов, оповещают о проводимых в библиотеках мероприятиях, напоминают о задолженностях и ведут иную работу с читателями. «Где читатели, там и мы!» - самый популярный в настоящее время лозунг среди библиотекарей; создание библиотеками подобных страниц в социальных сетях поможет им быть там, где их читатели. И даже если некоторые из виртуальных «друзей» никогда не придут в здание библиотеки на мероприятие или за книгами, но будут при этом участвовать в обсуждениях, делиться мнениями о прочитанном, читать библиотечные новости – они будут знать о библиотеке и о событиях в ней. Может быть, эти виртуальные пользователи не растеряются при ответе на вопрос «Зачем нужны библиотеки?»

Страница «Библиотеки Кемеровские» тоже приглашает «друзей» (с конца сентября 2011 г. их уже более 300), но здесь ставятся несколько иные задачи. Здесь также публикуются новости кемеровских библиотек, размещаются фотографии мероприятий, но здесь с рекомендательными целями создано сообщество «ЧТО БЫ ПОЧИТАТЬ?». В сообществе уже более 250 участников, которые принимают участие в обсуждении 20 тем. Мы стараемся предлагать для обсуждения темы, которые могли бы заинтересовать участников и привлечь их к высказываниям и к общению



между собой. Иногда темы предлагаются участниками сообщества. Примеры тем: «Почему мы любим детективы?», «Почему сейчас люди не хотят читать?», «Какую книгу вы читали не один раз?», «Книги нашего детства» и др. Самая обсуждаемая тема была предложена участницей сообщества и получила самое большое количество откликов – это тема «Электронные книги. Не начало ли это конца библиотекам?»

В сообществе «ЧТО БЫ ПОЧИТАТЬ?» в течение двух недель проводился опрос «Зачем нужны библиотеки?» Фактически это был эксперимент, который позволил сделать некоторые выводы. Мы поняли, что необходимо давать больше времени для опроса, что-бы люди успели высказаться. Тем не менее, проголосовали 146 участников опроса и больше всего голосов было отдано варианту «Чтобы брать в них книги «для души» - 74 голоса. 41 человек считает, что библиотеки нужны для того, «чтобы получать знания (для учёбы, работы, бизнеса и т.п.)», а 22 человека – «чтобы проводить там свой досуг». Участникам опроса предлагалось свой вариант ответа написать в комментариях, что и сделали 9 человек. Среди «своих вариантов» были следующие: «чтобы в них работать», «библиотеки экономят семейный бюджет», «чтобы жила элита общества- интеллигенция», «библиотека - одно из пристанищ культуры» и самое эмоциональное: «Библиотека моё – всё!». Ни один человек не выбрал вариант ответа «библиотеки совсем не нужны». Учитывая состав участников опроса, это не вызвало удивления; результат опроса, откровенно говоря, легко было предвидеть.

В социальной сети «Вконтакте» тоже создана страница «Библиотеки Кемеровские» (<http://vkontakte.ru/id152783148>), где у нас уже более 70 друзей и где пока мы только помещаем новости нашего учреждения. «Библиотеки Кемеровские» вошли в «Кольцо библиотечных групп», но общаться с коллегами из других библиотек пока не начали – идёт изучение обсуждаемых в этой группе тем.

В этой же социальной сети в рамках реализации одноименного проекта сотрудником Детской библиотеки им. А.М. Береснева создана интерактивная артстудия «Живая библиотека» (<http://vkontakte.ru/club31195950>), у которой уже 30 участников. Вот как позиционирует себя «Живая библиотека»:

- Это общение между читателями и библиотекарями в режиме онлайн и в реальном времени;
- Это библиотека, приближенная к читателям, где с подростками общаются на их языке;
- Это новые возможности в раскрытии творческого потенциала подростков;
- Это реклама деятельности библиотеки по продвижению чтения в среде подростков.

В социальной сети «ВКонтакте» Психологической службой Детской библиотеки им. А.М. Береснева создана группа «Другая комната» (<http://vkontakte.ru/club19845521>). В группе 45 участников.

Здесь перечислены основные направления деятельности группы:

- психологическая помощь;
- рекомендательные списки литературы по психологии и личностному росту;
- профориентация молодежи;
- поддержка безработных;
- организация психологических клубов;
- деловые игры;
- социально-ориентированные проекты;
- психология чтения;
- арт-терапия;
- благотворительность.

Наименее освоенная нами из социальных сетей – Фейсбук (если не считать «Одноклассников»), где мы пока никак себя не проявили, кроме личного участия многих библиотекарей в группах, посвященных книгам и

чению). В Фейсбуке мы завели страницу с тем же названием – «Библиотеки Кемеровские», размещаем здесь новости, рассказываем о прошедших в наших библиотеках мероприятиях. В Фейсбуке, так же как и «Вконтакте», на наших страницах размещается лента наших публикаций в Твиттере (<http://www.facebook.com/profile.php?id=100001427755233>).

Мы уверены в том, что участие наших библиотек в социальных сетях – залог успеха в привлечении внимания посетителей. Присутствие в соцсетях – это также залог узнаваемости наших начинаний.

Что касается библиотечных блогов, то мы согласны с мнением опытных блоггеров, которые считают блог неофициальным - в отличие от официального сайта - лицом библиотеки. Мы работаем над созданием блога, но эта деятельность только недавно начата. Сейчас мы изучаем возможности платформы Живого Журнала для размещения нашего блога. Предстоит большая работа по наполнению блога интересным содержанием, деятельность по организации ярких мероприятий, животрепещущих дискуссий – т.е. необходимо привлечь пользователей к обсуждениям, которые были бы им интересны. Создание качественного блога поможет нам понять, чем интересуются наши «друзья», какие мероприятия они посещают чаще всего, в конечном счете – кто они, люди, которые нас читают. Это, в свою очередь, поможет нам чётче проставлять акценты в наших мероприятиях, а значит, повысить их посещаемость и узнаваемость.

Таким образом, на сегодняшний день социальные сети являются одними из самых интересных сервисов в Интернете. Участие библиотек в социальных сетях является залогом успеха в привлечении внимания к ним пользователей. Главный плюс присутствия библиотек – в частности, муниципальных библиотек города Кемерово – своевременное информирование всех своих пользователей о новостях учреждения. Мероприятия городских библиотек становятся неотъемлемой частью повседневной жизни человека. Социальная сеть – это средство достижения цели, а цель – повышение интереса к библиотекам.