

Чернова Татьяна Николаевна,
ведущий программист
отдела автоматизации
ГБУК «БОНУБ им. Ф.И. Тютчева»

Социальные сети как инструмент продвижения чтения: анализ деятельности муниципальных библиотек Брянской области

В последнее время библиотеки, используя различные формы работы, значительно расширили диапазон своей деятельности. Большое внимание уделяется поиску новых подходов, позволяющих объединить традиционные и виртуальные способы коммуникации. Повсеместное распространение Интернет делает необходимым присутствие библиотек в глобальной сети посредством сайтов, блогов, социальных сетей.

Определенное снижение интереса к чтению – это сегодня общемировая тенденция, вместе с тем библиотеки являются одним из важнейших социальных институтов, способных решать задачи продвижения книги и чтения. Поэтому главным условием успешной деятельности библиотек данном направлении является сосуществование и взаимодействие с новейшими технологиями, правильное понимание своего места и роли в современном информационном пространстве.

Социальные сети – сайты, ориентированные на создание сообществ пользователей объединенных общими интересами, своеобразная площадка для общения, обмена мнениями. Это один из инструментов развития библиотечных коммуникаций и формирования мнения у самой активной части целевой аудитории. Задача библиотек состоит в том, чтобы с их помощью суметь организовать читательскую деятельность, наполняя интернет-пространство социально ценным содержанием, помогая людям ориентироваться в литературном потоке, налаживая с ними взаимодействие, которое имело бы продолжение в реальном библиотечном пространстве.

В 2018 году сотрудниками Брянской областной научной универсальной библиотеки было проведено исследование «Социальные сети как инструмент продвижения чтения: анализ деятельности муниципальных библиотек Брянской области».

Целью данного исследования является повышение качественного уровня деятельности библиотек Брянской области, направленной на продвижение книги и чтения в социальных сетях.

В качестве объекта исследования были взяты представительства в социальных сетях муниципальных библиотек Брянской области. Были изучена их активность за период с 01.01.2018 г. по 01.06.2018 г.

Критериями оценки качества деятельности муниципальных библиотек в соцсетях были определены следующие параметры:

- Общие характеристики – количество аккаунтов, количество участников (друзей/подписчиков), количество постов/репостов за рассматриваемый период, периодичность обновления контента страниц, количество лайков/просмотров, наличие информации об учреждении, информация о библиотечных мероприятиях, медиаконтент;

- Специфические характеристики – количество постов, направленных на продвижение чтения и книги, интерактивный контент (конкурсы, викторины, опросы и т.п.), наличие подписки на другие тематические источники;

- Прочие характеристики – наличие контента познавательного и развлекательного характера.

В период исследования сеть муниципальных библиотек Брянской области составила 559 сетевых единиц. Свое представительство на социальных медиаплощадках на момент исследования имели 13,95% (78 ед.) муниципальных библиотек. Общее число созданных аккаунтов в социальных сетях составило 116: 55,2% (64 ак.) размещены в сети «ВКонтакте», 35,3% (41 ак.) – в сети «Одноклассники» и 9,5% (11 ак.) приходится на другие соцсети такие, как «Facebook», «Twitter» и «Instagram». Дальнейший анализ проводился среди аккаунтов библиотек двух наиболее популярных социальных медиа «ВКонтакте» и «Одноклассники».

Среди центральных библиотек региона доля имеющих аккаунты в соцсетях составила 66% (21 ед.), из которых 58,3% находятся в сети «ВКонтакте». Доля библиотек – филиалов городских ЦБС региона, имеющих представительство в соцсетях составила 63% (15 ед.), из которых 77,3% – «ВКонтакте». Детские библиотеки тоже стараются продвигать себя в интернет-пространстве, их доля составила 53% (19 ед.). Библиотеки для детей также отдают предпочтение сети «ВКонтакте» – 62,5%. Среди сельских и поселенческих библиотек лишь 5% (23 ед.) зарегистрированы в соцсетях. Здесь количество аккаунтов по соцсетям почти равное 48% «ВКонтакте» и 52% «Одноклассники».

Самыми активными в освоении социальных сетей стали городские централизованные библиотечные системы г. Брянска (92,9% числа библиотек имеют свои аккаунты), г. Фокино и г. Новозыбкова (по 50% библиотек). Среди районных ЦБС лидерами стали ЦБС Брянского района (50% библиотек) и Климовского района (25% библиотек).

Самый низкий охват по сети показали: Почепский (2,9%), Погарский (4,3%), Навлинский (4,5%), Жуковский (5,3%), Карачевский (6,3%), Суземский (6,7%) и Комаричский районы (7,1%).

Исследование показало, что ряд ЦБС вообще не представлены в социальных сетях: Выгоничский, Гордеевский, Жирятинский, Красногорский, Мглинский, Новозыбковский, Севский и Трубчевский районы и г. Сельцо.

Чаще всего библиотеки осваивают одну медиаплощадку (74,3%), но ряд библиотек ведут несколько аккаунтов в одной или нескольких соцсетях:

по 2 аккаунта – 20,5%, по 3 и более – 5,1%. Лидерами по числу аккаунтов стали Библиотека №15 МБУК «ЦСОБ» г. Брянска – 7 аккаунтов в сети «ВКонтакте» и МБУК «Карачевская межпоселенческая районная библиотека 2 им. Баранских Н.Н. и Н.В.» - 5 аккаунтов (2 – в сети «Одноклассники» и 3 в «ВКонтакте»), МБУК «Централизованная библиотечная система Жуковского района» – 5 аккаунтов («ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram» и канал Youtube), Межпоселенческая центральная библиотека Брянского района – 4 аккаунта («ВКонтакте», «Twitter», «Facebook», и канал Youtube).

Представительства библиотек в сети можно разделить по способу регистрации на 3 вида: личные страницы (56%), открытые группы (31%) и сообщества (12%). Библиотека №5 МБУК «ЦСОБ» г. Брянска ведет закрытую группу, поэтому ее анализ затрудняется необходимостью подачи заявки на вступление и ожидания ее одобрения. Открывая представительство в виде личной страницы необходимо помнить, что данная страница является лицом библиотеки, учреждения, а не персональной страницей библиотекаря. Поэтому ведя какую-либо активность, сотрудники должны следить за своими «лайками» и репостами, т.к. потом в ленте сообщений демонстрируются личные фото друзей/знакомых библиотекаря, фотографии, не имеющие никакого отношения к библиотечной тематике (прически, маникюр и т.п.).

По результатам исследования лишь на 36,5% аккаунтов можно увидеть информацию об учреждении, которое там представлено (адрес, телефон, адрес веб-сайта, график работы). Иногда только по названию страницы можно как-то идентифицировать принадлежность страницы той или иной библиотеке, а иногда это сложно сделать и по названию («Библиотека Родичева», «Библиотека №13 Улица Камозина» - без упоминания названия населенного пункта, где находится это учреждение). Иногда названия страниц изобилуют непонятными (а иногда просто устрашающими) для пользователей аббревиатурами: «Мбук-Цсоб-Гбрянска Библиотека», «Мбук-Цсдб-Г-Брянска Детская-Библиотека».

Одним из критериев эффективности коммуникаций в социальных сетях является размер представительства библиотеки – количество друзей/подписчиков. Согласно результатам исследования 45,7% аккаунтов муниципальных библиотек имеют до 100 друзей/подписчиков, 42,9% аккаунтов – от 101 до 500 друзей и 11,4% аккаунтов обладают более широкой аудиторией – свыше 500 участников.

Среди лидеров по количеству друзей/подписчиков оказались следующие муниципальные библиотеки: Детская библиотека МБУК «Новозыбковская городская централизованная библиотечная система» - 1335 чел., МБУК «Межпоселенческая центральная библиотека» Клетнянского района – 1326 чел. (суммарно в 3-х аккаунтах), Библиотека семейного чтения № 6 МБУК «Цетрализованная библиотечная система г. Клинцы» - 1287 чел., МБУК «Новозыбковская городская централизованная библиотечная система» - 1128 чел. (суммарно в 3-х аккаунтах), а также филиалы МБУК «ЦСОБ» г.

Брянска: Библиотека №1 им. Л.И. Добычина (1042 чел.), Библиотека №10 (1076 чел. – в 2-х аккаунтах) и Библиотека №12 (1035 чел.).

Низкий показатель охвата аудитории (менее 30 друзей/подписчиков) был выявлен в следующих 13 библиотеках (16,7% от числа библиотек, имеющих аккаунты в соцсетях): РМБУК «Суземская межпоселенческая центральная библиотека – библиотечное объединение» имени писателя А.В. Софронова - 28 чел., МБУК «Централизованная библиотечная система Брасовского района» МБ им. Н.И. Родичева – 22 чел., МБУК «Стародубская межпоселенческая районная библиотека» - 22 чел., МБУК «Суражская районная межпоселенческая библиотека» - 18 чел., Межпоселенческая центральная библиотека МБУК «Унечская межпоселенческая централизованная библиотечная система» - 15 чел., библиотеки МБУК «Централизованная библиотечная система Брянского района»: Новосельская поселенческая библиотека – 3 чел., Отраденская поселенческая библиотека – 14 чел., Стекляннорадицкая поселенческая библиотека – 16 чел., Новояурковичская библиотека (Климовский район) – 10 чел., а также филиалы МБУК «ЦСОБ» г. Брянска: Библиотека №7 (14 чел.), Библиотека №8 (13 чел.) и Библиотека №14 (12 чел.), Библиотека №15 (29 чел.).

Из этого можно сделать вывод, что библиотекам, имеющим свои представительства в соцсетях, необходимо работать над их расширением.

Среди основных показателей уровня привлекательности площадки в соцмедиа для посетителей можно выделить периодичность появления публикаций (постов). Из 104 аккаунтов муниципальных библиотек в ежедневном режиме (от 1 до 3 дней) пополняется 27,9% страниц, с периодичностью до 7 дней обновляется 22,1% страниц. С периодичностью до 30 дней появляются посты у 27,9% библиотечных аккаунтов. 11,5% страниц в соцсетях пополняются очень редко (периодичность свыше месяца), и 10,6% страниц не пополняются совсем. Некоторые страницы библиотеки не обновляют потому, что открывают новые аккаунты. Иногда посты появляются не регулярно, за один день выставляются новости библиотеки за прошедший период времени. Исходя из этого можно сказать, что при такой низкой обновляемости информации библиотечные представительства в социальных сетях не могут качественно выполнять те задачи, ради которых они созданы.

За изучаемый период времени было подсчитано количество постов, опубликованных библиотеками на своих площадках. 37,5% аккаунтовполнились (01.01.2018 г.-01.06.2018 г.) от 1 до 50 публикаций, на 24% аккаунтов за это время появилось от 51 до 100 постов, на 26% - от 101 до 500 постов. Больше всего постов опубликовали Библиотека №12 МБУК "ЦСОБ" г. Брянска - 1268 постов, Детская библиотека № 1 МБУК «ЦСДБ г. Брянска» - 540 постов.

Наряду с общим количеством постов на библиотечных страницах в социальных сетях было проанализировано соотношение оригинального контента и репостов из других источников. До 100% уникальных постов

содержится на 36,6% страниц, пропорции 75%«своих»/25% «заимствованных» придерживаются 35,5% аккаунтов, приблизительно 50/50 – 5,4% страниц. На 14% страниц собственный контент занимает меньшую долю (25/75) и 8,6% страниц практически полностью публикуют только одни репосты.

Несмотря на важность количественных характеристик, особое значение необходимо придавать качественной стороне публикуемого контента. Для поддержания интереса к своему аккаунту библиотеки должны выставлять интересную, познавательную, уникальную информацию.

Основная содержательная часть контента библиотечных страниц в социальных сетях – это информация о проводимых мероприятиях: текстовые и фотоотчеты, реже появляются анонсы мероприятий. Но и эта часть жизнедеятельности библиотеки, как ни странно, отображается не всеми учреждениями, а лишь на 76% аккаунтов.

89% страниц соцсетей содержит медиаконтент. В основном это фотографии с мероприятий, реже – буктрейлеры и иногда фрагменты видеозаписей мероприятий библиотеки.

Только 25% аккаунтов содержат информацию краеведческого характера, но и здесь можно найти 2-3 поста (за исследуемый период).

Познавательный контент также представлен на 63,5% аккаунтов. Здесь основную часть занимают календари знаменательных дат. Информация развлекательного характера присутствует на 75% медиаплощадок: поздравительные открытки, красивые и юмористические фотографии, информация о народных праздниках и приметах и т.д. Эта часть контента наиболее часто публикуется в виде репостов со сторонних источников соответствующей тематики.

В рамках данного исследования особое внимание отводилось контенту, направленному на продвижение чтения и книги. С точки зрения ведущей функции библиотеки, далеко не все учреждения используют для этого свои площадки в социальных медиа. Лишь 68,3% аккаунтов содержат в себе «книжный» контент в той или иной степени. В основном, библиотеки публикуют информацию о юбилейных датах авторов или книг (эта часть контента чаще заимствована).

Но некоторые библиотеки стараются более активно и творчески вести работу по продвижению книги:

– Библиотека №15 МБУК «ЦСОБ» г. Брянска, кроме своего основного аккаунта, создала 6 флешбуков, каждый посвященный одной книге: роману А. Беляева «Человек-амфибия» (2018), роману М. Шолохова «Поднятая целина» (2017), повести М. Булгакова «Собачье сердце» (2017), роману Ф. Достоевского "Преступление и наказание" (2016), роману Томаса Майн Рида "Всадник без головы" (2016), повести Н.С. Лескова «Очарованный странник» (2015). Идея хорошая, но долго поддерживать активность на таких страницах очень тяжело;

– МБУК «Межпоселенческая централизованная районная библиотека» Дятьковского района на своей странице реализует проект: "Знакомьтесь, книга!". «Его цель – представить вниманию потенциального читателя книгу: любимую и перечитываемую, книгу-открытие, книгу, которая просто понравилась...» Здесь сотрудники представляют книги, которые прочитали сами, а также популярные издания среди читателей;

– МБУК «Рогнединское районное библиотечное объединение» ведет тематическую рубрику «Что почитать», в которой знакомит подписчиков с новинками литературы, а также с книгами-лауреатами литературных премий;

– Детская библиотека №1 МБУК «ЦСДБ» г. Брянска ведет несколько рубрик: «Писатель на всю жизнь», «Юбилейное ожерелье» - книги-юбиляры, книжный блок «Во! Круг книг», который в 2018 году посвящен теме «Собаки в художественной литературе»;

– Детская библиотека №9 МБУК «ЦСДБ» г. Брянска раскрывает мир периодических изданий для юных читателей в разделе «Журнальный столик»;

– Детская библиотека №10 МБУК «ЦСДБ» г. Брянска ведет рубрику «Любимые книги наших читателей»;

Для продвижения чтения и книги 17% библиотечных аккаунтов пытаются использовать интерактивный контент: конкурсы, викторины, опросы и т.д. В качестве примера можно назвать следующие интернет-акции:

– конкурсы «Селфи с книгой» МБУК «Централизованная библиотечная система Дубровского района» и МБУК «Межпоселенческая центральная библиотека» Клетнянского района (голосование в сети),

– фотоконкурс «Сказка на ночь» и акция «Читаем Пушкина» (МБУК «Централизованная библиотечная система Жуковского района»),

– опросы по различным темам (МБУК «Централизованная библиотечная система Жуковского района», МБУК «Новозыбковская городская централизованная библиотечная система», Библиотека №12 МБУК «ЦСОБ» г. Брянска),

– тест на знание сказок Пушкина (Детская библиотека №7 МБУК «ЦСДБ г. Брянска»).

Важным критерием, по которому можно оценить, насколько активно библиотека использует такой инструмент как социальная сеть, является количество откликов посетителей (лайков). Подавляющее большинство аккаунтов – 61% находятся в категории «от 1 до 15 лайков за пост», 12% аккаунтов получают от 16 до 100 лайков, 13% не вызывают вообще никаких эмоциональных откликов. Лидерами по количеству лайков стали Коршевская сельская библиотека Клетнянского района (221 лайк/пост) и Сачковичская библиотека Климовского района (136 лайков/пост). Анализ библиотечных страниц показал, что посетители активнее «лайкают» посты, содержащие фотоотчеты с мероприятий.

Некоторые библиотеки сами участвуют в конкурсах репостов, которые устраивают их партнеры по соцсетям: Центральная библиотека Брянского

района, детская библиотека №6 МБУК «ЦСДБ г. Брянска», побеждая, они пополняют свои фонды новыми книгами: Брасовская детская библиотека и детская библиотека №1 МБУК «ЦСДБ г. Брянска».

В целом исследование показало, что эффективность использования возможностей социальных сетей муниципальными библиотеками остается низкой, т.к. пока главным видится наличие самого представительства в соцсети, а не его качественные характеристики.

Наличие у библиотеки официального веб-сайта и представительства в социальной сети позволяет создать полноценный образ современного социокультурного учреждения, способного активно функционировать в цифровой пользовательской среде.

Подводя итоги исследования, рекомендуем библиотекам обратить внимание на следующие моменты:

– **Внешнее оформление страницы.**

На странице обязательно должна быть информация об учреждении, которое там представлено: адрес, контактный телефон, адрес веб-сайта, а также график работы библиотеки. Название страницы должно быть легко запоминаемо, желательно без использования аббревиатур. Необходимо объединить веб-сайт и аккаунт в соцсети обоюдными ссылками, что позволит привлечь новых пользователей.

– **Навигация по странице**

Следует группировать информацию по темам, рубрикам, разделам, используя для этого хештеги (#ключевые слова) для облегчения поиска постов по интересующим темам.

– **Уникальность информации.**

Для медиаплощадки вполне приемлемо до 10-15% публикуемой информации предоставлять в виде репостов. Частое использование заимствованной информации может привести к тому, что ваши подписчики могут стать подписчиками тех площадок, чьи репосты вы публикуете у себя.

– **Периодичность обновления информации**

Необходимо установить график публикации постов. В соцсети должна присутствовать только самая свежая информация о библиотеке и ее услугах. Отчеты о мероприятиях должны выставляться в день проведения мероприятия.

– **Активное использование интерактивности социальных сетей**

Организация конкурсов, акций, викторин подстегивает интерес пользователей. Популярность социальных медиа заключается в возможности высказаться, поделиться своим мнением, поэтому библиотеки должны активнее организовывать опросы, обсуждения по «книжным» темам

– **Подписка на тематические источники**

Для увеличения аудитории нужно вступать в группы по интересующим темам. Также необходимо расширять круг профессионального общения,

вступая в библиотечные сообщества и группы, активнее «дружить» с библиотеками своего района и региона в целом.