

ВДОХНОВЛЯЕМСЯ В «ВКОНТАКТЕ»

Калейдоскоп «Вдохновение»



Читаем! Играем!
Обсуждаем!

Открытая группа «ВКонтакте» «Калейдоскоп "Вдохновение": книги, чтение, общение» (vk.com/mibstomsk) появилась в результате работы творческого коллектива отдела каталогизации. Со своим проектом он участвовал в конкурсе профессионального мастерства «Лучший по профессии» на тему «Социальные сети как площадка для продвижения библиотек».

ПОЧЕМУ ВЫБОР ПРИШЁЛСЯ НА СОЦИАЛЬНУЮ СЕТЬ «ВКОНТАКТЕ»?

"ВКонтакте" является одной из самых популярных русскоязычных социальных сетей. Имеет очень удобный и интуитивно понятный интерфейс, хорошую навигацию, благодаря которой легко найти нужного человека или сообщество, функциональные приложения к мобильному телефону, хорошо реализованный развлекательный сегмент, что, наконец, и определило наш выбор. В процессе создания группы в Сети не требуется дополнительных знаний, умений, а также нет никаких ограничений, условий и сложных организационных моментов.

При выборе названия группы мы постарались решить для себя некоторые задачи. Во-первых, для поиска группы людьми, интересующимися чтением, книгами, а также их обсуждением в название добавили ключевые слова «книги», «чтение», «об-



Галина Борисовна МИРОШНИЧЕНКО,
главный библиограф отдела каталогизации Муниципальной
информационной библиотечной системы г. Томска

Анастасия Владимировна РАДЮХИНА,
главный библиотекарь отдела каталогизации Муниципальной
информационной библиотечной системы г. Томска



шение». Во-вторых, редкое и легко запоминающееся словосочетание «калейдоскоп "Вдохновение"», которое стало визитной карточкой группы в сетях.

От слова «библиотека» в названии отказались намеренно, несмотря на возможность потерять участников - коллег и реальных читателей библиотек. Хотелось избежать ненужных стереотипов и выйти за рамки представления некоторых современных людей о библиотеке как о закрытом обществе для определённого круга людей, немного странных, «не от мира сего». Уже заглянув в сообщество, читатель и так увидит информацию и новости, связанные с нашими библиотеками.

И наконец, возник вопрос о контенте. Что может предложить библиотека нового в Сетях, где групп, так или иначе связанных с книгами и чтением, тысячи? Первый очевидный ответ - краеведение, а что ещё? Итак, продумав, что бы мы хотели предложить своим читателям, получили такой список тем:

- *брендовые новости* - освещение мероприятий МИБС, книжных новинок, интересных книжных серий;
- *литературные новости* - интересные мировые новости, связанные с литературой (литературные конкурсы, планы издательств, статистические данные о книгах и чтении, памятки книгам и др.);
- *библиотечные новости* - интересные мировые новости, связанные с библиотеками (конференции, инновации, идеи и др.);
- *тематические полборки книг* - детская и взрослая литература по жанрам, отраслям и темам;

- *новости города Томска и области* - праздники, крупные мероприятия, события, новости общественной и культурной жизни;
- *различные и памятные даты* - праздники, юбилейные даты известных людей, исторических и культурных событий;
- *краеведческие материалы* - книжные новинки, интересное о Томске и области: новости, анонсы мероприятий, интересные фотографии;
- *развлекательный сегмент* - тематические картинки, коллажи, юмор.

От слова «библиотека» в названии отказались намеренно, несмотря на возможность потерять участников - коллег и реальных читателей библиотек.

В процентном отношении решили использовать уже известный принцип распределения контента: 30% - свой, уникальный (всё, что связано с нашими библиотеками), 30% - общий (всё, что связано с миром книг и чтением), 30% - развлекательный (юмор, иллюстрации и т.п.) и, наконец, 10% варьируются в зависимости от событий в нашей системе и в мире литературы¹.

Чтобы привлечь читателей на свой ресурс, старались соблюдать несколько правил:

- использовать яркие, привлекающие внимание заголовки;
- создавать тексты, подразумевающие дискуссии в комментариях;
- не публиковать длинные, сложные для восприятия тексты;
- иллюстрировать статьи яркими изображениями;
- использовать видео- и аудиоресурсы как популярные, так и малоизвестные в Сети.

По активности читателей («лайки», комментарии, личные сообщения, количество просмотров) видно, какие разделы им наиболее интересны. Также

¹ 70/20/10 - золотое правило распределения контента [Электронный ресурс] // Kiwiagency - агентство интернет-маркетинга : [сайт]. - Режим доступа: <http://www.kiwiagency.com.ua/blog/70-20-10-golden-rule-content-distribution.html>.

Данные соответствуют 2015 г.

при анализе данных очень помогает статистика «ВКонтакте». Исходя из графиков, можно узнать, насколько активно читатели интересуются тем или иным вопросом. Например, при создании альбома «Великие имена Великой Победы» к 22 июня с фотографиями памятников Томска, связанных с Великой Отечественной войной, на графике был замечен всплеск интереса к фотоальбомам, и,

по поисковикам), и новость МИБС, то зашедшие «случайно» увидят также информацию, которую нужно «продвигать» (например, сведения о начале битвы за Москву идут рядом с новостью о краеведческой виртуальной выставке, посвященной Великой Отечественной войне).

Что может предложить библиотека нового в Сетях, где групп, так или иначе связанных с книгами и чтением, тысячи?

Для того чтобы книжные подборки «не терялись» на стене, в группе используются хештеги. Объединяющим ключевым словом для наших книжных подборок является **#КВ_МИБС**. Выбор обусловлен набором символов, не совпадающих с уже существующими в Сети, и при этом ассоциирующихся с нашей группой. Также были использованы персональные хештеги группы для выделения тех или иных тем и для удобства пользователей, которые читают и интересуются определённой информацией.

Некоторые из наших рубрик:

- **#КВ_новинки** - анонсы самых интересных, популярных и ожидаемых книг (в основном художественная литература), которые только что вышли или скоро выйдут. Данная рубрика полезна и интересна не только читателям, но и сотрудникам библиотек при комплектовании фонда;
- **#КВ_искусство** - подборка красивых иллюстраций по теме «искусство»; создана для привлечения интереса к творчеству книжных иллюстраторов, художников, дизайнеров;
- **#КВ_событие** - в разделе представлены все события, освещающиеся в группе (городские и даже мировые, так или иначе связанные с литературой).

Также для того, чтобы «посторонние» пользователи могли найти по общеизвестным хештегам наши новости, в группе используются общепринятые в сети «ВКонтакте» хештеги - #новости, #книги, #что_почитать, Писатели, #это_интересно и др. Тут также ведётся анализ наиболее популярных хештегов в настоящий момент, просматриваются группы, в которых есть статистика обращения к тем или иным словам.

соответственно, этой теме было уделено дополнительное внимание администраторов группы.

КАКУЮ «СТЕНУ» МЫ ПОСТРОИЛИ?

Остановимся подробнее на стене группы, так как это самая важная, активная и просматриваемая часть. Для привлечения читателей используем некоторые маркетинговые ходы. Например, если расположить рядом новость, которая точно будет интересна «контактникам» (её будут искать



Целевой аудиторией нашей группы являются люди 25-45 лет. Поскольку мы сами относимся к данной категории, то нам понятны язык и интересы этих посетителей. Как показала практика, наибольшим спросом и интересом пользуются подборки литературы - тематические, к дням рождения известных людей, о событиях и юбилейных датах, художественной литературы современных авторов.

Исходя из запросов целевой аудитории, уделяем повышенное внимание информации для родителей. Создали темы для семейного чтения. Именно эти новости заинтересовали реальных, а не виртуальных читателей. Детские книги очень дорого стоят, и многие родители с удивлением узнавали, что, оказывается, их можно взять совершенно бесплатно в библиотеках. Уточняя район проживания, мы рекомендовали ту или иную библиотеку системы.

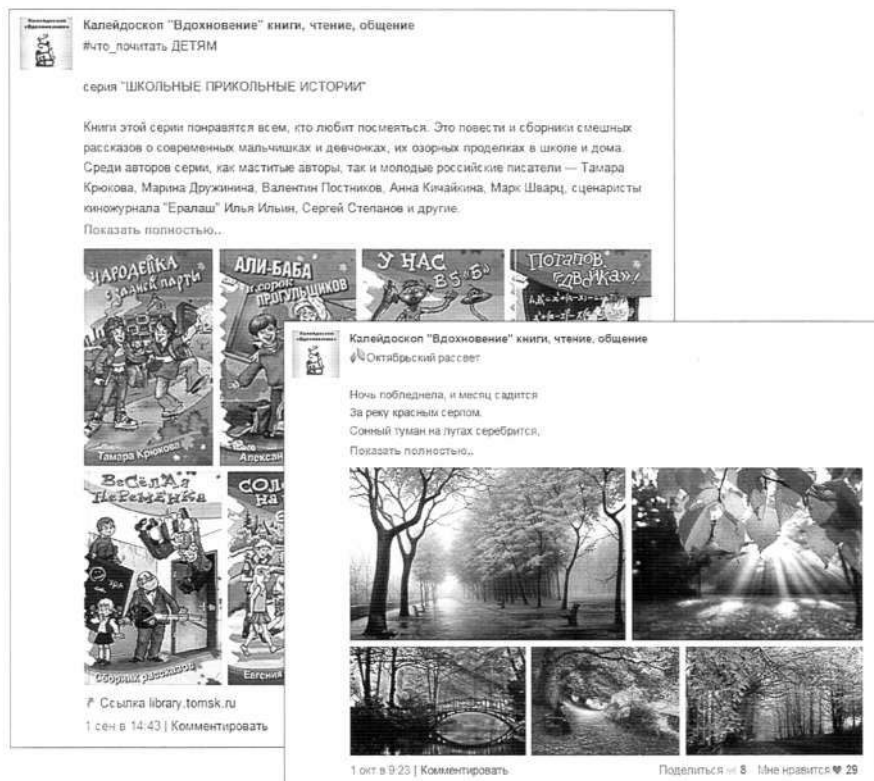
Так как библиотек много, и написать к каждой книге информацию о месте хранения не представляется возможным (наша группа представляет именно систему, а не одну библиотеку), то к книжным подборкам и рекомендательным спискам добавляем ссылки на электронный каталог с сообщением о том, что книги доступны в библиотеках МИБС (в том случае, если книги, входящие в список, действительно имеются в наших библиотеках).

Надо сказать, что в группе уделяется внимание не только современным авторам и классике, но и ретролитературе. Такой целевой аудитории, как у нас, интересно узнавать какие-то подробности о книгах и писателях детства. Неоднократно читатели говорили «спасибо» именно за подборки «забытых» книг.

Представляются такие новости следующим образом: событие/памятная дата + интересные моменты биографии/занимательные факты + подборка книг по теме. Отметим, идея быстро распространилась по Сети, и многие популярные и раскрученные группы стали применять подобный формат. Чтобы группа не стала сплошным библиографическим списком, пусть даже разнообразным и интересным, мы решили разбавить новости мероприятиями библиотек, юмористическими литера-

турными картинками, вдохновляющими стихотворениями и рассказами писателей с подобранными по теме красивыми изображениями, разнообразными мотиваторами чтения, играми и, наконец, самыми увлекательными, на наш взгляд, краеведческими материалами (например, «Знаете ли вы о Томске и Томской области...», «Легенды г. Томска», «Памятные даты г. Томска» и т.д.).

В статье мы попытались раскрыть ядро нашей группы и надеемся, что наш опыт «с нуля» поможет начинающим группам в создании и развитии своего сообщества. Будем рады сотрудничеству и с продвинутыми группами, и с начинающими, и с теми, кто только собирается «выйти в Сеть». Ведь, по мнению пользователей Интернета, «Если тебя нет в Сети, тебя не существует», и к библиотекам это также относится².



² Головкин, Кирилл «Если тебя нет ВКонтакте, тебя не существует» [Электронный ресурс] / К. Головкин // То4ка-Treff: [сайт]. - Режим доступа: <http://www.goethe.de/ins/ru/lp/prj/dri/top/abs/ru13676414.htm>. - Данные соответствуют 2015 г.

Если тебя нет в Интернете, тебя нет в бизнесе [Электронный ресурс] // Анализируя мир : [сайт]. - Режим доступа: <http://worldrss.info/biznes/biznes-v-internet/esli-tebya-net-v-internete-tebya-net-v-biznese.html>. Данные соответствуют 2015 г.