

Продвижение библиотек в социальных сетях

Сегодня библиотеки активно стали использовать возможности интернет-сообществ (community), социальных сетей, блогов для своего позиционирования. Сообщество – это, прежде всего, средство для поддержания отношений и формирования мнения у самой активной, самой влиятельной части целевой аудитории библиотек. Социальная сеть может и должна служить площадкой для обсуждения, продвижения услуг библиотеки.

Думаю, никто не будет спорить с тем фактом, что в Сети (online) сближение людей происходит быстрее, чем в реальной жизни (offline). Поэтому вполне логично, что библиотеки должны стараться использовать Сеть не как средство **воздействия**, а как средство **взаимодействия**.

В рамках данной статьи попробуем провести небольшой анализ наиболее используемых в России социальных сетей. Среди них – Google+, Facebook, «В контакте», Twitter и др.

Сравнение проведём по функциональным возможностям и дизайну. В качестве эталона рассмотрим сеть Google+ (<http://plus.google.com/>).

Google+ – это социальная сеть, созданная корпорацией Google, которая появилась чуть больше полугода назад, а именно 28 июня 2011 г. С тех пор проект считается вполне достойным конкурентом Facebook, тем более что у Google+ имеется ряд преимуществ.

Так, разработчики социальной сети Google+ считают, что социальная сеть позволяет выставить необходимые каждому конкретному пользователю настройки приватности, кроме того, делиться контентом в этой социальной сети как никогда удобно и эффективно.

Текущая реализация социального взаимодействия основывается на принципе формирования групп по predetermined связям – друзья, одноклассники и однокурсники, коллеги, семья.

Главной «фишкой» сети можно назвать круги контактов (circles). Разработчики Google отмечают, что именно «Круги» позволяют настроить степень доступа к пользова-

телям этой социальной сети так, как мы делаем это в жизни. С их помощью можно удобно сортировать весь список контактов по сферам общения и интересам. Это как раз один из тех случаев, когда лучше один раз увидеть и попробовать, чем 100 раз прочитать. Смысл их работы в том, что теперь пользователь может разделить свой список контактов по кругам общения, и впоследствии настроить для этих кругов различный уровень доступа к той или иной информации.

Плюс данной технологии в том, что в Facebook при большом количестве контактов предоставляется слишком много лишней информации, а в Twitter – слишком мало. Google+ можно настроить так, чтобы информации поступало ровно столько, сколько пользователь может позволить себе сам.

Ещё одним потенциально мощным инструментом является видеоконференция. С её помощью Google+ может переманить из Facebook пользователей корпоративного сегмента, т.к. этот сервис бесплатен, обладает минимальным количеством настроек и поддерживает одновременное видеообщение до 10 человек.

Существенным плюсом рассматриваемой социальной сети является возможность «социализации поиска». И это отличная идея. Не поисковый робот будет отбирать для нас контент, а наши друзья посоветуют, что стоит читать, а чего не стоит.

Именно это и делает кнопка «+1», которая появилась в поиске, а теперь вот и в Google+. Клик по кнопке не передаёт информацию в профиль Google+, но кто-то другой, кто находится в ваших кругах, увидит ваш аватар там же, в поисковой выдаче, и он будет знать,

Автор



**Андрей Олегович
ФЕДОРОВ**

кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотечного дела и библиографии БОУ ВПО «Чувашский государственный институт культуры и искусств»

что это вы, его друг, рекомендуете ему почитать данную книгу. Получается большая лента с рекомендациями от ваших друзей, но с информацией, которая в данный момент нужна именно вам.

Площадка Google + — это серьёзный ресурс для библиотек. Вот три момента, о которых следует задуматься, решая, следует ли использовать Google + для привлечения пользователей на ваш библиотечный сайт или блог, а в дальнейшем и в библиотеку.

1. Люди. Как мы уже говорили с самого начала, Google + оказался самой быстрорастущей социальной сетью, несмотря на ограниченный доступ по приглашениям. Уже через 2 недели после запуска Google подтвердил наличие 10 млн пользователей. Отчасти это объясняется его лучшим дизайном и функциональностью, но также интеграцией в сервисы Google. Google, с его сотнями миллионов пользователей, даёт Google + преимущество, которого не было на этой стадии у Facebook и Twitter.

2. Обмен контентом. Google + построен с нуля в качестве платформы обмена контентом. Он многое берёт у Facebook и Twitter, но делает это лучше. Ещё важнее, что Google имел возможность наблюдать за тем, что Facebook и Twitter делали неправильно, и сделал это в более корректном варианте. Google решил вопросы приватности и «чрезмерного обмена», которые были в Facebook, в то же время обеспечил богатые мультимедийные возможности и условия их обсуждения.

3. Формирование качественного контента. Поиск Google построен на идее того, что контент со ссылками, указывающими на его высокое качество, должен ранжироваться выше, чем контент с меньшим количеством ссылок. Google, имея свою собственную платформу обмена контентом, обеспечивает прямой доступ к «мнению народа», когда дело доходит до качественного контента.

Надо понимать, что людям нравится делиться контентом в социальных сетях. Если это ваш контент, то всякий раз, когда кто-то поделится им, о вас узнают другие пользователи, которые получают возможность полюбить и поверить вам в достаточной степени, чтобы купить у вас что-то.

GOOGLE+ ИЛИ FACEBOOK

С появлением в Сети Google + он стал вполне достойным конкурентом Facebook. Сравнить данные социальные сети сложнее всего. Это связано, в первую очередь, с тем, что основное преимущество Google + над своим конкурентом — минимализм и удобство в дизайне. Конкретных различий минимум, но отличаются социальные сети в самом подходе к реализации существующего функционала.

В Facebook основная страница представляет собой своеобразную карту навигации — нагромождение заголовков и перенаправлений к разделам социальной сети.



В Google + всё сделано принципиально иначе — страница разбита на определённое количество смысловых блоков («Лента», «Фото», «Информация о профиле», «Круги», «Игры»).

Блоки же в свою очередь представляют собой своеобразные закладки. Получается, что нужная цель находится на минимальном расстоянии, рабочее пространство лишено ненужных элементов, в отличие от проекта Марка Цукерберга (facebook.com), напоминающего приключенческую игру по поиску нужной информации, состоящую из различных перенаправлений.

Кроме того, в Google + очень правильно организован новостной канал «стрим», где, помимо общего потока сообщений, для каждого круга пользователей есть своя лента. Переосмыслена и переработана функция «Мне нравится», она представляет собой ссылки с кратким описанием.

ПОЧЕМУ FACEBOOK

Несмотря на всё вышесказанное, основные усилия библиотекам всё же рекомендую сосредоточить на Facebook. Сейчас, как нам кажется, ситуация немного изменилась, и Facebook вырвался в явные лидеры. Аудитория Facebook растёт с огромной скоростью. Функциональные возможности этого ресурса максимально отвечают потребностям пользователей, а часто даже предупреждают их. В любом случае ресурс наиболее приспособлен для продвижения библиотеки. Просто потому, что общаться, организовывать и поддерживать профессиональные и личные контакты с помощью Facebook удобнее всего. Опыт показывает, что библиотечное сообщество в основном общается в Facebook. Это и страницы библиотек, и профили библиотекарей, и тематические библиотечные группы. Среди них, например, такие группы, как «Год библиотек», «Библионочь — 2012», «НеКонференция библиотечных блогеров» и др.

Facebook устроен очень логично, хотя, на первый взгляд, не всегда удобно. Порой нововведения разработчиков других площадок раздражают и не приживаются: то ли недостаточно продуманны, то ли просто не нужны. А новые кнопки на Facebook часто становятся именно тем, о чём пользователь думал.

Любителям дискуссий важно знать, что на Facebook их практически невозможно устраивать, ведь все комментарии идут линейно, друг за другом, трудно ответить на конкретное высказывание.

Кнопка «Мне нравится» (так называемый «лайк») хороша тем, что позволяет пользователю отреагировать на сообщение, фотографию, событие, при этом особенно не напрягаясь. Это очень современно. Например, чтобы оставить комментарий к сообщению на Livejournal, нужно сформулировать мысль. Те, кому нечего сказать, чувствуют себя там не у дел. А нажать кнопку «Мне нравится» на ходу может каждый. Так человек и отношение выражает, и время не теряет. Это создаёт ощущение постоянного движения, интерактива, отклика.

Кроме того, Facebook хорошо приспособлен для поиска контактов по интересам, удобно управлять «френд-лентой» и т.д. Постоянно появляются новые функциональные возможности, и через некоторое время жизненно необходимым становится то, без чего ещё недавно прекрасно можно было обойтись. Таков феномен Facebook — сети, которая растёт и изменяется вместе с нами.

КОНЦЕПЦИЯ СТРАНИЦЫ БИБЛИОТЕКИ

При разработке концепции страницы многие библиотеки, как правило, опираются на собственное представление о том, что может быть интересно посетителю, полагаются на опыт и обширный круг знакомств, который активно используют.

Зарегистрировав на Facebook, например, сообщество «Российская государственная библиотека», авторы описывают библиотечную жизнь изнутри. Причём описывают без всякого официоза, с дружеской интонацией, юмором, иногда иронией и самоиронией и, конечно, от первого лица. Зашедший на страничку пользователь может быть уверен, что говорит именно с теми, кто искренне считает, что это место стоит посещать и даже любить. Это важно.

Ведь искренняя убеждённость всегда и заразительна, и притягательна. «Мы всегда тут, мы постараемся, чтобы вам было хорошо, мы вас ждём и будем рады вас видеть» — таков искренний посыл. **Нужно не приглашать посетить библиотеку, надо позвать в гости.**

ЧТО ВЫБРАТЬ: ПРОФИЛЬ, СТРАНИЦУ ИЛИ ГРУППУ

Основная задача — создать ощущение постоянного движения, обновления, событийности. Информационные поводы для публикаций (и встреч) могут быть самые разные — день дарения книг, встреча с интересными людьми, обучающие семинары и др.

Профиль. Личный профиль в Facebook может зарегистрировать любой. На сегодняшний день, согласно

исследованиям РБК, более 9 млн россиян уже сделали это, и теперь могут общаться с друзьями, поддерживать и актуализировать контакты по мере обновления их друзьями в своих профилях, добавлять фото и смотреть снимки в галереях друзей, вести переписку и расширять круг знакомств и многое другое.

Страница. Собственные страницы могут создавать официальные организации, бренды и публичные фигуры — политики, музыканты, блогеры и т.д. В Facebook существует специальная команда, которая проверяет, создана ли страница официальным представителем организации, или она фальшивая и её нужно заблокировать. Страницы имеют широкий набор функций и возможностей, которые позволяют эффективно общаться с аудиторией.

Группы. Созданы для тех, кто хочет общаться с группой друзей по какому-то конкретному поводу или хочет выразить своё мнение. Так, если вам нравится Российская государственная библиотека, вы можете стать поклонником официальной страницы библиотеки или же вступить в группу поклонников и обсуждать с другими участниками группы, что именно вас привлекает в этой библиотеке.

Когда вы создаёте группу, вы должны решить, будет ли она открыта для всех желающих, или же вступить в неё можно будет только по приглашению. В группу, в отличие от страницы, нельзя добавлять приложения.

Необходимо обязательно помнить, что социальные сети созданы не для рекламы, а для общения. И не старайтесь имитировать его, а действительно общайтесь. Вы можете представлять дорогих, почётных гостей библиотеки, а они в свою очередь оставят на стене вашей библиотеки такие отзывы, которые лучше любой рекламы.

Facebook предоставляет возможность использовать функцию «Предложить друзьям» (фактически это ссылка), но не стоит этим злоупотреблять. Агрессивное навязывание «дружбы» может «выйти боком». Целесообразнее просто пригласить зайти на страничку.

В Facebook удобная и подробная статистика. Можно увидеть, сколько в тот или иной день пришло людей, узнать их пол и возраст, из каких они городов, стран, что они смотрят — «стену», фотографии, информацию или события, сколько из них прочитали каждое сообщение, скольким оно понравилось.

Обычно о библиотеке рассказывают друзьям, а те потом ищут информацию в Интернете. В конечном счёте случится так, что постепенно становясь привычной частью жизни пользователей сначала в мире виртуальном, библиотека рано или поздно перейдёт в реальный.

GOOGLE+ ИЛИ «В КОНТАКТЕ»

Как мы уже говорили выше, основной «фишкой» Google + является возможность использования «кругов», где каждый волен создавать отдельные категории информации, интересующей пользователей и делиться ей при написании сообщений. Кроме того, данная технология ещё и позволяет не только писать, но и удобно читать.

Несмотря на описанные выше преимущества, Google+ проигрывает социальной сети Павла Дурова «В Контакте» в борьбе за её пользователей. Причина в том, что разделение на предметные аудитории (кружки), как правило, не интересуют основную целевую аудиторию «В Контакте». Это связано с тем, что дети школьного возраста и молодёжь, зависимые от мнения окружающих, вряд ли будут беспокоиться о том, что кому-то их мнение не интересно (не нужно) и воспользуются данной функцией. Большой плюс сети «В Контакте» (хотя он очень спорный) в том, что она едина и многообразна. Сюда можно включить и файлообменные сети, и микроблоги, и форумы и т.д.

Целевая аудитория «В Контакте» подходит, в основном, для детских и юношеских библиотек.

GOOGLE+ И TWITTER

Идея, заложенная в Twitter (twitter.com), актуальна до сих пор и не даёт покоя разработчикам. Суть её заключается в том, что вы помечаете человека, после чего его сообщение отображается в общем потоке сообщений (постов). Результатом является естественный кругооборот мыслей и различной информации между пользователями.

Twitter налагает на пользователя строгое ограничение в 140 символов, что согласиться, не совсем удобно. Идея проекта Джека Дорси интересна, но не делает его самодостаточной. Думаю, ни для кого не секрет, что сегодня лента Twitter превратилась в список ссылок, а также бессмысленных сообщений, типа «болит голова», т.е. он растерял всю свою привлекательность и превратился в сервис кросспостинга и обмена ссылками.

В отличие от Twitter, в Google+ благодаря отсутствию ограничений на количество символов поощряется публиковать развёрнутые мнения, а фактически — вести свой собственный блог; во-вторых, возможность вставки фото и видео непосредственно в само сообщение лишает необходимости перенаправлять куда-либо ваших пользователей; и в-третьих, поток публичных сообщений (стрим) занимает практически всю рабочую область страницы вашей библиотеки, у неё быстрее отклик, она визуально крупнее и предлагает больше функциональных возможностей.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что на самом деле однозначного ответа на вопрос «Что лучше, какую социальную сеть предпочесть той или иной библиотеке?» нет. Выбор за вами. Мы же считаем, что библиотеке надо быть там, где её пользователи, и позиционироваться повсюду.

Удачи в нелёгкой работе. ■

1. Хорошо подумайте

Нужен ли вам Facebook или вы гонитесь за модой? Надо понимать, что социальные сети хороши для b2c (бизнес для потребителя), а не b2b (бизнес для бизнеса)

2. Определите аудиторию

Составьте план: что и кому вы хотите рассказать

3. Работайте в стиле СМИ

Вам нужны хорошие тексты, хорошие фото и форматный выпуск материалов

4. Понравьтесь вашим читателям

Они смогут нажать кнопку «Мне нравится», что привлечёт их друзей (бесплатная реклама). Поводом могут стать интересные фото мероприятий, интервью с интересными людьми, конкурсы и т.п.

5. Публикуйте отчёты о мероприятиях

Превратите вашу страничку в фан-клуб. Старайтесь отмечать имена участников на фото, что может быть ещё одним способом привлечения «друзей»

6. Позвольте читателям влиять на библиотеку

Предложите своим пользователям выбрать, кого из знаменитых людей пригласить на следующую встречу

7. Дайте возможность обсуждать вас

Не бойтесь критики, это нормально

8. Экспериментируйте

В социальных сетях всё стремительно обновляется. Неизменно одно: люди поддерживают интересные проекты

Восемь советов библиотекам, которые решили использовать Facebook

