

С. В. Назарьева,

заместитель директора НБ МГУ.

Библиотечный блоггинг как инструментарий PR

Статья освещает роль социальных медиа в работе библиотек. Особое внимание уделяется библиотечным блогам: их разновидностям, функциям. Особенности создания и продвижения в сети. На примере блога Библио.net отражен опыт работы НБ МГУ в этом направлении.

Ключевые слова: блог, библиотечный блоггинг, Blogger, Библио.net.

Современному пользователю библиотеки уже мало официальной информации на сайте, ему сегодня намного важнее, что говорят о библиотеке, её услугах и продуктах другие пользователи. Более того, после своего общения с библиотекой пользователь сам с радостью или огорчением делится полученным опытом. В последнее время многие библиотеки стали активно использовать социальные медиа в своей работе для продвижения библиотечных услуг.

Что же такое **социальные медиа**? Однозначного определения пока не существует. Это набор онлайн-технологий, который позволяет пользователям общаться между собой. Общение может принимать различные формы: пользователи могут делиться своим мнением, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, а также обмениваться новостями, информацией, видео, фото, музыкой, рекомендациями.

Разновидности социальных медиа:

- интернет-сообщества;
- социальные сети;

- виртуальные игры;
- сообщества по производству совместного контента;
- совместные проекты;
- геосоциальные сервисы;
- блоги.

Библиотеки г. Мариуполя уже накопили некоторый опыт по использованию в работе различных интернет-сервисов и приложений, а также продвижению библиотечных ресурсов и услуг в социальных медиа, например, в Фейсбуке, ВКонтакте, Ютубе. Своего рода социальной сетью является и библиотечная блогосфера (от англ. library blogosphere) – совокупность всех библиотечных блогов в качестве сообщества. Использование блога на сегодняшний день является одним из эффективных и доступных инструментов для продвижения библиотечной мысли (услуги, обслуживания и т.д.).

На данный момент выделяются следующие элементы PR-активности в блогах:

- создание собственного сообщества или блога организации / учреждения;
- широкое использование комментариев, информирования и экспертной оценки;
- регулярный мониторинг блогосферы с целью оперативного реагирования и влияния на формирование общественного мнения по тому или иному вопросу;
- формирование позитивного имиджа организации / персонала в долгосрочной перспективе;
- последовательность в реализации и аккуратность в применении технологий.

Сегодня **библиотечным блогом** можно назвать все ресурсы, которые имеют регулярно публикуемый контент в обратном хронологическом порядке с возможностью комментирования и подписки. Блог может представлять личность или библиотеку, отдел библиотеки или библио-

течное сообщество. Самое главное, что в нем есть записи на библиотечные темы.

Определение блога состоит из двух составляющих – «web log», т.е. интернет-журнал событий (дневник), или сокращенно «blog». Но в последнее время появились такие термины, как:

- *тлог* – блог с записями только определенного формата (видео, ссылка, цитаты и т.д.);
- *сплог* – от «spam» и «blog», блог низкого качества, предназначенный исключительно для заработка на нем всевозможными способами;
- *моблог* – от «мобильный» и «блог», блог, содержащий контент, размещаемый в вебе с мобильных устройств;
- *блогкаст* – блог, представляющий звуковые передачи и имеющий интерфейс для загрузки пользователями звуковых комментариев;
- *видеоблог*, *фотоблог* и т. д., не нуждающиеся в пояснении.

С точки зрения авторства блоги бывают *личными* и *корпоративными*. Блог библиотекаря – исключительно его личное дело, ответственность за которое максимальна, а поддержка библиотеки минимальна. В то же время ряд библиотек реализуют технологии Веб 2.0 в общении со своими читателями посредством корпоративных блогов.

Информация в блоге должна быть актуальной, оперативно отражать новости. Оптимальная *периодичность* выпусков составляет от 1 до 3 постов в неделю. Нужно помнить, что эпизодичность наполнения блога неизбежно приводит к падению читательского интереса. Впрочем, некоторые блоги специально создаются для какого-то мероприятия (фестиваля, конкурса и др.) и после проведения мероприятия не ведутся.

Аудиторией библиотечного блога (вне зависимости от авторства) могут быть читатели библиотеки или

библиотекари. От этого зависит его наполнение – от тематики постов до формы подачи материала.

Популярные *бесплатные платформы* для создания блогов:

- blogger.com;
- livejournal.com;
- WordPress;
- Joomla;
- Блоги@Mail.Ru (<http://blogs.mail.ru/>);
- <http://www.liveinternet.ru/>;
- Я.ру (<http://my.ya.ru>).

Дизайн хорошего блога должен подчеркивать тематику блога, иметь понятную структуру и аккуратное исполнение. Если в качестве дизайна был выбран готовый шаблон, то он должен быть до конца переведен, доделан и, желательно, оптимизирован под задачи библиотечного блога.

Современный блог невозможно представить без *мультимедиа*, поэтому платформа для создания блога должна поддерживать работу с текстом, графикой, видео, аудио, фото и т. д.

Для *продвижения блога* существуют разные способы, например:

- регистрация в поисковых системах;
- добавление в каталоги и RSS-агрегаторы;
- сервисы социальных закладок;
- размещение ссылок в социальных сетях;
- взаимный обмен ссылками;
- внутренняя оптимизация;
- комментирование других блогов.

Но нужно помнить, что главным способом продвижения блога является создание качественного контента, без которого все вышперечисленное не будет иметь значения. *Контент* (содержание блога) должен соответство-

вать теме блога, быть актуальным, интересным и понятным читателям. Самое главное – избежать опасности стать просто новостной лентой библиотеки, зачастую компенсируя отсутствующий сайт. Кроме того, посты блога должны быть не только хорошо написаны, но и хорошо оформлены, что улучшает восприятие информации и демонстрирует профессионализм блоггера. *Формы подачи материалов* могут быть разнообразны: короткое сообщение, заметка, выступление, статья, сценарий, комментарий и другие информационные жанры, отражающие ежедневные события и даже опережающие их. Здесь можно разместить не только текст или фотографию, но и электронную презентацию, аудиозапись, видеоролик и даже целую брошюру.

Отдельно нужно сказать о *комментарии* как составной части контента. Комментарий отличается от других информационных жанров наличием анализа. От статьи, обзора, обзора и прочих аналитических жанров комментарий отличается тем, что в нем обычно анализируется какое-то явление, уже известное аудитории, и в этом анализе превалирует отношение к предмету отображения, что характерно для дневниковых записей. С помощью комментариев автор выражает отношение к актуальным событиям, формулирует связанные с ними задачи и проблемы в форме сжатого анализа недостатков или достижений, а также выражает их оценку, прогноз развития и т. д.

Есть возможность оставлять комментарии под постами и у читателей, а это – главный показатель активности и востребованности хорошего профессионального блога: количество и качество комментариев. Как правило, в комментариях ведутся дискуссии, задаются вопросы, даются ответы. Поскольку автор блога всегда равен любому другому рядовому участнику блогосферы, комментарии

могут быть противоречивыми, иногда за одну и ту же заметку могут как восхвалять, так и ругать одновременно, к этому нужно быть готовым. Хорошим тоном считается, если автор блога сам участвует в обсуждении, отвечает на реплики читателей.

В основе успешности блога всегда лежит *оригинальный авторский материал*. Поскольку блоггинг есть не что иное, как писательство, необходимо учиться писать в легком стиле на умные темы, максимально создавая контент и избегая «лайков» и «репостов».

Основные *возможности применения блога* в практике сегодняшних библиотек:

- обзоры и рецензии книг;
- рекомендательные списки (библиографические, интернет-ссылок и т. д.);
- новости и анонсы мероприятий;
- встраиваемые фото, видео и аудио виджеты;
- дискуссии на профессиональные темы;
- уроки информационно-библиографической грамотности;
- планы, положения и другие официальные документы;
- черные списки должников;
- конкурсы и игры.

Но какие бы темы, материалы и жанры не использовал автор, самый главный критерий создания качественного блога – библиотечный блог и все, что в нем находится, должен нравиться прежде всего самому блоггеру.

Проанализировав вышеперечисленные критерии, мы более подробно познакомились с функциями *платформы Blogger*. Платформа позволяет, не прибегая к программированию и не заботясь об установке и настройке программного обеспечения, создать индивидуальный стиль блога, используя различные шаблоны, менять оформление, создавать страницы, сообщения, добавлять разнообразные гаджеты и виджеты, отслеживать статистику и пр.

Результатом анализа основных критериев создания блога и освоения функций платформы Blogger стал блог **Библио.net** (<http://biblioobzor.blogspot.com/>), созданный в апреле 2013 г. Это – авторский блог. Мне как читателю симпатичнее именно такие блоги. По моему мнению, блогам нужна человечность – это все же дневник, и читатели хотят видеть мнение конкретного человека, который пишет пост. Личное мнение – самая ценная вещь, которая есть в Интернете. Любая похвала или негатив помогают нам делать выбор. Тем более, если это мнение человека, на чтение записей которого вы тратите так много своего личного времени.

Тематика блога отражена в названии (Библио.net), в адресе (<http://biblioobzor.blogspot.com/>) и сформулирована в подзаголовке: «Субъективно о книгах, библиотеках и библиотекарях». Блог Библио.net позволяет сохранять и систематизировать найденные материалы, документы, записывать идеи для дальнейшего использования. Блог ориентирован, прежде всего, на коллег-библиотекарей. Впрочем, страница «Книжная полка» может заинтересовать любителей художественного слова разных профессий.

Обычно я пишу о том, что интересно, в первую очередь, мне самой:

- представление современных и перспективных форм работы;
- рассказ об интересных инициативах и проектах;
- о программах, помогающих в работе;
- о том, что я читаю.

По сути, моя задача, как я ее вижу, сводится к тому, чтобы предоставить повод подумать и подкинуть идею, показать, как решают этот вопрос другие библиотеки. Дальнейшее зависит от моего читателя – насколько это ему вообще интересно. Как правило, наиболее востребованы публикации практического характера, которые можно

использовать в работе библиотеки, например, выставочная деятельность библиотеки. Особенно популярны посты о виртуальных выставках и буктрейлерах.

Каждый пост в блоге Библио.net дополнительно сопровождается пятью анонсами других заметок, по которым можно перейти и прочитать заинтересовавший материал.

Но самый главный *поисковый инструмент в блоге*, кроме окошка поиска в левом верхнем углу страницы, – это *ярлыки*. К каждому посту в блоге Библио.net можно добавить ярлыки (ключевые слова, или тэги), которые дают возможность выбрать в блоге все заметки с этим ярлыком и прочитать все материалы по теме. Перечень ярлыков – это, по сути, и есть перечень тем, которые мне интересны и так или иначе освещены в блоге.

Интерес и наличие времени – вот два фактора, которые нужны для ведения блога. Не всегда получается писать регулярно, иногда бывают периоды молчания, иногда посты рождаются по несколько раз в день, всё зависит от занятости и настроения. Если материала собирается много или в период отпуска, использую функцию *запланированной печати*, настроив дату и время публикации поста. В то же время многие записи, которые ещё не готовы для обсуждения, остаются «подзамочными» в *черновиках*; некоторые из них дорабатываются, некоторые так и не «созревают» и теряют актуальность.

Умение писать со временем развивается: чем дальше, тем лучше и легче получается. Авторитет автора блога, как правило, опирается не на регалии или статусы, а исключительно на компетенцию в конкретной теме. Для того чтобы быть успешным, необходим лишь интересный контент и правильные стратегии при его подаче. Но бывает сложно написать именно то, что ты думаешь, страшно встретиться с осуждением, непониманием, тяжёлыми *дискуссиями*. Но еще Ю. Лотман говорил, что полезным свой-

ством оказывается не лёгкость, а трудность восприятия, поскольку именно она связывается с наличием в сообщении «чужой» позиции. Чем больше мы встречаем непонимания и сложности в общении, тем больше шансов открыть для себя в этой дискуссии новое, продуктивное знание, которое было недоступно при самостоятельном рассуждении, потому что оно приходит к нам от носителя другой культуры, другого опыта, другого мировоззрения.

Читательский интерес проявляется в количестве посещений блога и просмотров постов, количестве рекомендаций для ленты g+ и в количестве комментариев. Больше всего в блоге Библио.net комментируются материалы дискуссионного или развлекательного характера. Самое интересное, что к профессиональным и длинным сообщениям комментариев гораздо меньше, чем к коротким и несерьёзным.

Любой пост можно *прорекламировать* в разнообразных социальных сетях, но поскольку Blogger – это продукт Google, он очень тесно привязан к *сервису Google+*. Посты можно публиковать в этой новостной ленте, можно настроить отражение комментариев в блоге из Google+, там же можно в профиле автора создать круг читателей блога.

Что касается *посещений*, то если в первый месяц существования блога Библио.net цифры были на уровне 20–30 человек в день, то на сегодняшний день – в среднем 100–200. И это логично, ведь блоггинг – это марафон, а не стометровка, и нужно время, чтобы блог начал из себя что-то представлять, оброс материалом. На конец 2013 года, за 6 месяцев существования блога, общее количество просмотров составляет более 11 тысяч.

Топ-10 самых читаемых постов на данный момент составляют:

- «Информационный стенд в библиотеке»;
- «Букрейлер = выставка одной книги»;

- «Вопросы к аттестации»;
- «Бібліотечні ідеї – 2013»;
- «Анекдоты из библиотечной жизни»;
- «Фотоэффекты от Loopa Pix»;
- «Нетрадиционные книжные выставки»;
- «Читайте в Интернете»;
- «Реклама чтения в библиотеке»;
- «Виртуальная экскурсия: с чего начать?».

Стабильной популярностью пользуются материалы, представляющие документы к аттестации и портфолио библиотекаря и страница «Книжная полка» с рецензиями на книги.

Подписаться на блог можно разнообразными способами: по почте, новостными лентами RSS и Google+, можно получать новости в Блоггере. На данный момент блог Библио.net объединяет 23 подписчика, 60 человек читают блог в новостной ленте Google+. И хотя я не стремлюсь иметь большое количество подписчиков или огромное количество посещений, не использовала специальные средства для раскрутки блога и не считаю цифры для себя главным, не может не радовать рост количества единомышленников. Для меня блог, с одной стороны, – самовыражение, с другой, – общение с коллегами.

Использование ***внутренних библиотечных блогов*** для общения и сотрудничества персонала различных подразделений и отделов библиотек зарубежья – давно распространенная практика. Выделяется несколько ***тематических направлений*** таких блогов:

- блог, в котором обсуждаются вопросы и задачи чистки фонда (*weeding blog*);
- блог, в котором дискутируются учебные программы библиотечных семинаров, соответствующие ресурсы и материально-техническое обеспечение, продуцируются и обсуждаются новые идеи (*training blog*);

- блог, в котором обосновываются решения о закупках тех или иных библиотечных материалов или приостановке закупок (*acquisitions blog*);
- блог профессионального роста, в котором библиотечные сотрудники делятся своими знаниями и умениями, приобретенными на конференциях, семинарах, курсах, полученных самостоятельно (*professional development blog*);
- блоги библиотечных отделов, в которых сотрудники обсуждают выполняемую ими работу, свои последние проекты (*blogs of departments*).

Чем больше штат сотрудников библиотеки, тем больше нужна в создании таких блогов, ибо у персонала не хватает времени на живое общение каждого с каждым в целях получения информации о работе других отделов или в поисках сотрудничества. В докладе Я. Л. Шрайберга на Крымской конференции в июне 2011 г. тоже прозвучало, что в библиотеке должно быть несколько блогов, в т. ч. личный блог директора. Примером подобной работы может служить **Библиотека-читальня им. И. С. Тургенева** (г. Харьков), в которой наряду с сайтом ведутся следующие блоги:

- Библиотека-читальня им. И. С. Тургенева;
- DICO QUOD SENTIO (лат.). Говорю, что думаю (блог Татьяны Евгеньевны Коробкиной, директора);
- Музей в библиотеке;
- Блог Чеширского Кота. Отдел новейших информационных технологий;
- Тургеневка – новые поступления в читальный зал;
- Свидание с КИНЕМАТОГРАФОМ.

Для более широкого внедрения блоггинга в жизнь библиотек, мы планируем организовать **«Школу блогведения»** для сотрудников библиотек города.

Сотни библиотечных блогов, существующих сегодня в Украине и странах СНГ, тесно связаны между собой.

Блоггеры читают и комментируют друг друга, ссылаются друг на друга и, таким образом, создают свою субкультуру. В этом – одно из основных отличий блогов от обычных веб-страниц и Интернет-форумов: связанные между собой блоги составляют динамичную всемирную информационную оболочку. С каждым днем актуальность библиотечного блоггинга возрастает.

Личные блоги сотрудников той или иной библиотеки обладают огромным, практически неограниченным потенциалом в распространении сведений, знаний, ведения диалога, продвижении продуктов и услуг и, главное, в организации двусторонней коммуникации. Но если поначалу блог был создан как инструмент общения, позиционирования своего мнения, размещения информации о себе, то теперь библиотечный блоггинг становится незаменимым инструментом для связи с общественностью, всей рекламной деятельности, маркетинга, затрагивающим практически все сферы профессиональной деятельности. Работа с информационными ресурсами и публикация различной информации в СМИ, таким образом, является важнейшим *инструментарием PR* на сегодняшний день. Комплекс мер, направленный на продвижение организации или персоналии, можно успешно реализовать при помощи блогосферы. Ведь развитие современной библиотеки невозможно без осознания парадокса нашего времени: если чего-то нет в виртуальном мире, то этого как бы и в реальном нет...

Список использованной литературы

1. Лотман Ю. М. Избранные статьи : в 3 т. [Электронный ресурс] / Ю. М. Лотман. – Т. 1 : Статьи по семиотике и топологии культуры. – Таллин, 1992. – 247 с. – Режим доступа к книге: <http://yanko.lib.ru/books/cultur/lotman-selection.htm>.

2. Федоров А. О. Нужен ли библиотечный блог? От любителей к профессионалам [Электронный ресурс] / А. О. Федоров // Библиотечное дело. – 2011. – № 8. – С. 9–11. – Режим доступа к статье: <http://www.nlr.ru/prof/publ/bibliograf/2011/bd08.pdf>.
3. Шрайберг Я. Л. Электронная информация, библиотеки и общество: что нам ждать от нового десятилетия информационного века? [Электронный ресурс] : Ежегодный Доклад Конференции «Крым», 2011 г. / Я. Л. Шрайберг // Научные и технические библиотеки. – 2012. – № 1. – С. 11–62. – Режим доступа к статье: http://gpntb-gw-1.free.net/reader/flipping/Resource-3211/Ezhegodnyy_doklad_2011_sverstan_nyy/index.html.

УДК 024:371.383

Д. А. Дунук,

*зав. сектором культурно-массовой
работы НБ МГУ.*

Использование компьютерных технологий в культурно-просветительской работе библиотеки

В статье представлены различные формы использования информационных технологий в культурно-просветительской работе НБ МГУ. Отражены особенности создания мультимедиа и электронных материалов.

Ключевые слова: мультимедиа, презентация, виртуальная выставка, буктрейлер, популяризация чтения.

В одной из своих статей Екатерина Юрьевна Гениева, генеральный директор Всероссийской государственной библиотеки иностранной литературы, заметила: «...революция в информатике, стремительное развитие цифровых технологий и глобальной сети Интернет на наших глазах

ББК 78
УДК 02

Ответственный за выпуск: директор научной библиотеки Мариупольского государственного университета Шакула А. П.

Компьютерная верстка: Дейниченко Е. В.

*Рекомендовано к печати
научно-методическим советом НБ МГУ
(протокол № от . .2014 г.).*

НЗ4 Использование современных технологий для создания библиотечного информационного продукта : материалы III городской научно-практической конференции библиотек г. Мариуполя. 31 октября 2013 г. / под ред. А. П. Шакулы. – Мариуполь : МДУ, 2014. – 72 с.

Издание содержит материалы докладов, зачитанных на ежегодной III городской научно-практической конференции библиотек г. Мариуполя и отражает опыт использования информационных технологий при создании библиотечных сайтов и блогов, университетских репозиторий, буктрейлеров и инфографики, при подготовке и проведении массовых мероприятий и др.

Издание рекомендовано как сотрудникам библиотек, так и всем, кого интересуют направления деятельности библиотек разных систем и ведомств.

ББК 78
УДК 02

© Научная библиотека МГУ, 2014

© Научно-техническая библиотека ПГТУ, 2014

© Центральная городская библиотека им. В. Г. Короленко г. Мариуполя, 2014

© Акульшина А. В., Гуркова Л. В., Дейниченко Е. В., Дунук Д. А., Назарьева С. В., Пасынкова Е. В., Шакула А. П., 2014