



## ОДНА ЗА ВСЕХ: ТОЧКА СБОРА КОНТЕНТА

### ● ЧТО В ЛЕНТЕ ОФИЦИАЛЬНОЙ ГРУППЫ?



*Среди муниципальных библиотек прослеживается тенденция к постоянному увеличению числа сообществ одного учреждения (юридического лица). Часто собственную группу создают не только для каждого филиала сети, но и для отдельных мероприятий, иногда не самых масштабных. Что же мы наблюдаем? Кадровых и временных ресурсов, дабы вести их все как следует, не хватает. Тем более этим занимаются не профессиональные SMM-менеджеры, а простые библиотекари, параллельно выполняющие свои основные обязанности. И в результате получается огромное количество репостов с новостных ресурсов, порталов культуры. Специалисты ЦГБ г. Мурманска решили отказаться от подобной практики, сконцентрировавшись не на количестве групп, а на их эффективности. С 2022 г. у нас действует отдел развития и связей с общественностью, в функции которого входят координация работы в социальных сетях, администрирование основной группы системы и контроль качества контента подразделений, студии творчества и двух грантовых проектов.*



## ВИРТУАЛЬНЫЙ ХАБ

Информация об услугах, ресурсах и мероприятиях ЦГБ и её филиалов сосредоточена в официальной группе «Центральная городская библиотека г. Мурманска» в соцсети «ВКонтакте» и на сайте учреждения. Сообщество ЦГБ — это информационный портал, освещающий события всей библиотечной системы. Основная задача группы — сбалансированно подавать сведения о деятельности 17 подразделений, каждое из которых позиционируется как доступное пространство для читателей любых возрастов и категорий. Соответственно здесь выкладываются анонсы мероприятий всех филиалов. Размещаются разные типы контента. Основную часть составляют информационные материалы: доля публикаций этой категории — 70 процентов. Остальные 30 процентов постов — репутационные, вовлекающие, развлекательные, пользовательские, продающие.

Контент для официальной группы готовят не только сотрудники отдела развития и связей с общественностью, но и специалисты всех библиотек, независимо от того, есть у них свой паблик или нет. Коллеги могут поучаствовать в наполнении тематических рубрик, провести распаковку новых поступлений, рассказать о проектах, публикациях, сюжетах о работе подразделений в СМИ, представить факты из истории города. Чтобы не перегружать сообщество, информация разными способами группируется. Выкладываются посты-дайджесты с анонсами тематических мероприятий (к примеру, посвящённых общероссийским праздникам, памятным датам), афиши событий на неделю, на выходные.

Каждый филиал, как правило, выбирает свою нишу. Так, Библиотека на Рябиновой аллее ведёт рубрику с рекламой платных и безвозмездных услуг системы (доступ к «ЛитРес», доставка изданий на дом, различные «настолики» и т. д.) в формате комиксов и карточек. Коллеги из Библиотеки на высоте записывают качественные аудио- и видеоподкасты, посвящённые краеведению и классической литературе.

## ЦИФРЫ И ФАКТЫ

**ЦГБ г. Мурманска — самая большая в области система, состоящая из 17 подразделений. Соцсети она освоила в 2017 г. К настоящему времени функционируют пять представительств библиотек «ВКонтакте»: Центральной городской (главное сообщество, имеющее статус госпаблика), Семейной, Зелёной, Арт-библиотеки и Библиотеки комиксов (последние три — модельные, и для них присутствие в виртуальном пространстве является обязательной частью работы).**

А Библиотека-музей имени Н.Н. Блинова создаёт популярные подкасты о фантастике. Патриотический контент к памятным датам военной истории подаётся специалистом отдела развития и связей с общественностью ЦГБ в виде опросов и викторин, а развлекательный — в формате «стишков-пирожков».

## ЯРКИЕ КАДРЫ, УВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ СЮЖЕТЫ

Для привлечения новых подписчиков и расширения спектра форматов контента в сообществе ЦГБ реализуются несколько крупных инициатив. В 2023 г. стартовал проект «Вот это кадр!». В одноимённой рубрике публикуется информация о специалистах системы. Но... ни слова о работе! У нас трудятся профессионалы своего дела с широким кругозором, которые охотно рассказывают о своих увлечениях. Благодаря этому у пользователей ломается стереотипное представление о библиотекарях как о скучных людях, которых не интересует ничего, кроме книг. Все участники полны сил и энергии. Они любят компьютерные игры,

**Самое популярное виртуальное сообщество среди других филиалов — у Арт-библиотеки. За полтора года существования (дата создания — октябрь 2022 г.) оно набрало более 2600 подписчиков (для сравнения: у ЦГБ их 3600). Для городских пабликов муниципального образования с численностью населения около 250 тысяч жителей это хороший показатель.**





■ **Афиши мероприятий отличаются по своему оформлению. Такое объявление – на выходной...**

спорт, современную музыку, заняты в самодеятельных театрах.

За последние два года в официальном сообществе увеличилась доля видеоконтента. Это связано в первую очередь с общим ростом его популярности во всех соцмедиа, даже изначально функционирующих как мессенджеры. Например, «Телеграм» ввёл функцию создания моментальных коротких видео. Сетью «ВКонтакте» активно внедряются различные форматы размещения видео. В частности, рост аудитории отмечается на платформе «VK Клипы». Данная тенденция подтверждается исследованиями в области SMM-менеджмента.

**Алгоритмы «VK Клипы» продвигают ролики не только в кругу подписчиков сообщества, но и среди всех пользователей платформы. Кстати, видео там в основном смотрит молодёжь от 18 до 34 лет. Так что это отличная площадка для представления качественного образовательного контента – коротких сюжетов просветительской тематики.**



*...а это – пример анонса на будний день*

В русле тенденций в 2024 г. сообществом ЦГБ был запущен проект «Читаем дальше». В роликах-обзорах продолжительностью до минуты библиотекарь в неформальной манере представляет два прочитанных им произведения того или иного жанра. Первое — классическое, второе — не хрестоматийное и не такое известное, но заслуживающее внимания. Например, в одном из видео был представлен знаменитый роман Виктора Гюго «Собор Парижской Богоматери», а также его комикс-версия. Сюжеты размещаются во вкладке сообщества «Клипы».

Вообще, книжные обзоры в социальных сетях — явление не новое. Задали тренд блогеры, которые собирают миллионную аудиторию, хотя и не имеют ни профессионального (литературоведческого) образования, ни издательского либо писательского опыта. В своих рекомендациях они ориентируются на собственные вкусы и предпочтения и не всегда объективны. Секрет их успеха состоит в том, что они делятся своими впечатлениями живым, доступным языком. Составляя наши обзоры, мы берём от блогеров лучшее — личный подход, краткость, — используя при этом свой опыт и профессиональные компетенции.

Наша цель — не просто представить книги по той или иной теме, а порекомендовать конкретное издание. Например, рассказать поклонникам фантастики, что их любимая игра или фильм созданы по мотивам литературного произведения, а заодно прорекламирровать свой фонд и библиотеку в целом, расширить аудиторию сообщества, помочь молодёжи сформировать вкус и критический подход к выбору литературы.



## В ФОКУСЕ ПОПУЛЯРНОСТИ

Отметим, что в группе подразделений ЦГБ размещается больше публикаций развлекательного характера, чем в основном сообществе, имеющем статус госпаблика и нацеленном на представление официальной информации. Тем не менее и здесь используются актуальные форматы: аудио- и видеоподкасты, клипы, сторис (в таком жанре даются отзывы о мероприятиях представителей администрации города, партнёров, читателей).

Выкладывается брендообразующий контент, а именно репутационные материалы. Среди них — публикации, приуроченные к юбилею библиотечной системы (в 2023 г. ей исполнилось 80 лет), посты о награждении коллектива ЦГБ благодарностями от учредителя (например, за весомый вклад в развитие культуры), о победах проектов в грантовых конкурсах, об открытии филиалов после модернизации.

Анализ востребованности контента в основной группе показал, что наибольшее внимание пользователей привлекают краеведческие материалы — об архитектуре, промышленности, выдающихся земляках. Ниже представим топ-5 популярных постов за последний год:

- I место** — видеоподкаст «Фантастика по Фаренгейту», посвящённый творчеству Рэя Брэдбери;
- II место** — анонс встречи с блогером Виталием Макаровым, создателем и автором паблика «Погода в Мурманске» (в рамках досугового лектория «Объект мышления»);
- III место** — пост-релиз ток-шоу с актёром Мурманского областного драматического театра Владимиром Равдановичем;
- IV место** — пост о мурманчанке, первой в мире женщине — арктическом капитане Людмиле Тибряевой;
- V место** — анонс презентации альманаха произведений местных литераторов «Сотворённый из моря и скал» с участием авторов.

## ПРОСМОТРЫ ГАРАНТИРОВАННЫ!

Арт-библиотека, Зелёная и Семейная библиотеки, Библиотека комиксов — самые крупные структурные подразделения ЦГБ с опытными кадрами. Сотрудники здесь имеют все необходимые компетенции для администрирования сообществ. Свои

паблики они ведут самостоятельно. Контент Арт-библиотеки составляют видеосюжеты о внутренней жизни филиала, отчёты о прошедших мероприятиях, ролики об имеющемся оборудовании и о фонде, юмористические посты.

Кроме того, специалисты создают клипы различной тематики. Самые популярные из них посвящены членам коллектива. Каждый сотрудник позиционируется как яркая, позитивная личность, профессионал и участник дружной команды. Сюжет не является стандартной биографической видеовизиткой, это скорее развлекательный перформанс. Благодаря ему библиотекари раскрываются как живые люди со своим характером, интересами.

В числе наиболее востребованных видео — клипы из серии «ПОВ». Интерес к данному поджанру вполне объясним — «тайная», закрытая жизнь библиотеки и её сотрудников всегда привлекала читателей. В сюжетах такого формата показываются ситуации, которые будут понятны зрителям. Примерами могут служить ролик об освободившемся месте на мастер-классе (мероприятия такого формата очень популярны), который собрал около 1500 просмотров, множество лайков и ком-

**Центральная городская библиотека**

22 сен. в 13:00

Не знали, чем заняться на выходных?  
Мы придумали всё за вас!

Читаем книги, слушаем музыку  
и погружаемся в игры! нашей библиотеке есть  
чем вас впечатлить. Будь то наука или  
фантастические миры.

Полную афишу на месяц смотрите на сайте:  
<https://murmanlib/node/4972>

**ВМЕСТЕ ЯРЧЕ**  
22 сентября  
13:00 по 18:30

**НИКОГДЕ**  
23 сентября  
15:00 по 18:30

**ВЫХОДНЫЕ В СОБНАК**  
23 сентября  
18:00 по 20:30

**МЕСТО ВСТРЕЧИ - БИБЛИОТЕКА!**  
24 сентября  
12:00 по 13:00

**КВАРТИРЫ НА МАЛАКОВА, 45**  
24 сентября  
18:00

**Прочитано!**  
24 сентября  
18:00

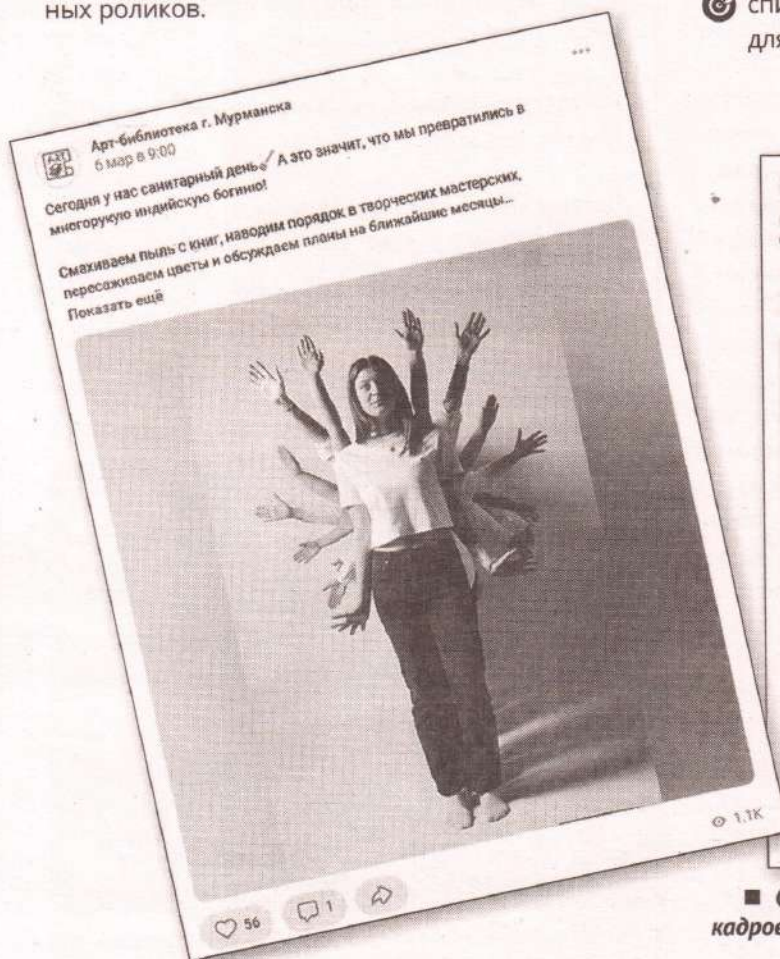
■ В еженедельных дайджестах ЦГБ можно узнать, как и где интересно провести субботу и воскресенье



Формат **ПОВ (POV)** (от англ. *point of view* — «точка зрения») обычно подразумевает подготовку видеоролика, где повествование ведётся от первого лица или создаётся иллюзия, будто зритель видит всё глазами героя (в нашем случае — библиотекаря).

ментариев; видео о библиотекарях, работающих 30 декабря до 22:00 и отчаянно ждущих читателей (у него более 2100 просмотров).

Ещё один популярный жанр — сюжеты в формате бэкстейдж (от англ. *backstage* — «закулисье»), рассказывающие о жизни библиотеки без читателей. Среди таковых — клип об итогах 2023 г. с блуперсами (неудачными кадрами, видеофрагментами) и репортажами из командировок. Слагаемые успеха роликов — краткость, юмористическая составляющая, качественная съёмка, использование оригинальных приёмов. Специалисты Арт-библиотеки при создании своих сюжетов накладывают на видео звуковые дорожки из кинокартин, сериалов, мультфильмов, добавляют песни, вставляют кадры с мест событий. Интересное решение — вымышленный персонаж: сотрудница Анастасия Самоварова, героиня цикла забавных роликов.

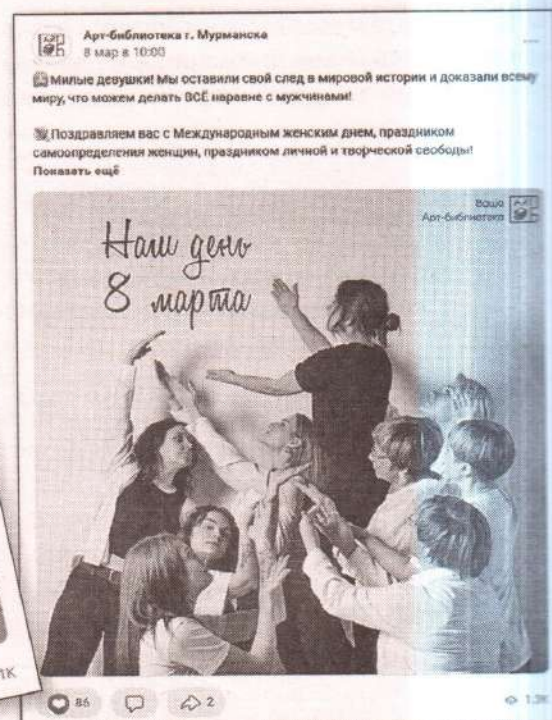


Кроме того, при иллюстрировании публикаций коллеги используют снимки, сделанные в ходе фотосессии, в которой участвовали все работники Арт-библиотеки. Они отлично вписываются в посты самой разной тематики. Благодаря подобному контенту в сознании мурманчан формируется узнаваемый бренд творческого пространства с доброжелательной атмосферой.

### СОГЛАСНО РЕГЛАМЕНТУ

Для систематизации деятельности, упрощения контроля, повышения безопасности групп был составлен «Регламент организации представительства в социальных сетях». В нём зафиксированы:

- 🕒 основные понятия — координатор, администратор, владелец страницы — и функции этих ответственных лиц;
- 🕒 направления работы и технология ведения представительства;
- 🕒 требования к контенту;
- 🕒 политика библиотеки по взаимодействию с пользователями;
- 🕒 список имеющихся сообществ и условия для создания новых.



■ Обычные информационные посты с включением кадров, сделанных во время оригинальной фотосессии, собирают большое количество просмотров



*«Регламент организации представительств в социальных сетях» создавался группой сотрудников — руководством библиотеки, а также специалистами отдела развития и связей с общественностью. При этом учитывались предложения администраторов групп подразделений ЦГБ. При составлении документа принимались во внимание особенности библиотечной системы, её разветвлённость и различия между филиалами. Применялся индивидуальный подход при решении вопроса о необходимости регистрации или удаления того или иного паблика. «Регламент...» рассматривался на заседании Методического совета с участием практиков — модераторов сообществ. Утверждён документ приказом директора.*

Чтобы исключить доступ посторонних лиц к модерированию пабликов, в «Регламенте...» закреплено, что владельцем может являться только действующий заведующий структурным подразделением, которому принадлежит страница. Он же назначает кураторов сообществ. Аккаунты всех сотрудников, получивших доступ к редактированию информации в паблике, имеют двухфакторную защиту личной страницы (проверка осуществляется по паролю и номеру телефона).

В соответствии с требованиями «Регламента...» осуществляется контроль за ведением групп филиалов. Координатор — заведующая отделом развития и связей с общественностью — время от времени просматривает паблики, отслеживая, как модераторы общаются с подписчиками, работают с обращениями пользователей, в том числе негативными, ежемесячно утверждает контент-план сообщества, который предоставляет модератор. Для администрирования сообществ у координатора имеются все необходимые данные.

Отметим при этом, что контроль не предполагает давления, ограничения творческих поисков коллег. Модераторы групп свободно внедряют новые актуальные форматы, рубрики, экспериментируют с подачей и оформлением материала. Главное условие — предварительное согласование планируемых новшеств с координатором.

Ещё один основополагающий документ в работе кураторов пабликов — брендбук. В 2023 г. специалисты отдела развития и связей с общественностью провели ребрендинг и разработали фирменный стиль с целью сформировать восприятие 17 библиотек как единого целого независимо от того, где те находятся и на чём специали-

зируются. Коллеги придумали логотип в виде диалогового окна (показывает нашу открытость к общению и готовность к новым проектам) с книжной закладкой в верхней части, которая подобна стреле (олицетворяет стремление к росту и развитию). Изображение дополняет знак геолокации как символ шаговой доступности учреждений. Таким образом мы хотели показать тёплую, уютную и душевную атмосферу, которая царит в библиотеках.

Фирменный стиль отражён в оформлении пабликов — в кнопках меню, баннерах, программах мероприятий, аватарках групп (логотип вписан в изображение), — а также в целом во всех постах группы. К каждой записи дизайнеры готовят иллюстративный материал в соответствии с брендбуком учреждения. Ведь за картинку сразу цепляется взгляд при прокручивании новостной ленты. Следовательно, она должна быть стильной, интересной, привлекательной, чтобы пользователь остановился и непременно прочитал текст.

На афишах тоже представлен элемент диалогового окна — в разных вариациях, чтобы сохранить стиль, но визуально разграничить массовые мероприятия и выставки. Анонсы событий, запланированных на будни и выходные, также выглядят по-разному.



**Подробнее  
о ребрендинге  
ЦГБ и разработке  
фирменного стиля  
рассказано в журнале  
«Библиополе»  
№ 1/2024, с. 17.**





■ В багаже Арт-библиотеки – множество клипов различных жанров. Среди них сюжеты в формате POV, рассказывающие о типичных случаях, например о поиске участника на освободившееся место в мастер-классе...



...юмористические ролики, главная героиня которых – Анастасия Самилова, «новая сотрудница» подразделения...



...или видео о «тайной» жизни специалистов

### ТРЕНДЫ НАСТОЯЩЕГО

Какие основные тенденции репрезентации ЦГБ в социальных медиа можно выделить?

- ✓ **Сокращение числа сообществ на различных площадках.** К концу 2023 г. у учреждения было 21 представительство на таких платформах, как «ВКонтакте», YouTube, RUTUBE, «Телеграм». В 2024 г. планируется их сокращение вдвое.
- ✓ **Смещение фокуса внимания с количества постов на их качество.** Для того чтобы работа была эффективной, в ЦГБ введена система повышения квалификации — регулярно организуются семинары-тренинги по созданию «сильных» текстов, практические занятия по фотосъёмке на смартфон. Значимым шагом явилась разработка брендбука.
- ✓ **Расширение числа форматов для представления контента.** Социальная сеть «ВКонтакте» постоянно внедряет новые жанры (подкасты, клипы, сторис), востребованные у аудитории, и специалисты ЦГБ успешно их осваивают.
- ✓ **Усиление контроля над представительствами в социальных сетях.** Создание отдела развития и связей с общественностью и утверждение документа, регламентирующего работу представительств в социальных сетях, значительно облегчили решение задачи.

Модераторы сообществ ЦГБ в социальных сетях стремятся соответствовать требованиям времени, предлагать подписчикам актуальный контент

в популярных форматах, быть ближе к пользователям, не опуская при этом планку качества и не заменяя просветительские материалы и продукты развлекательными. Глобальная цель — создать в сознании горожан популярный, узнаваемый бренд под названием «Мурманская городская библиотека», где каждая его часть (филиал) олицетворяет своё уникальное направление деятельности с собственной спецификой. И представительству в соцсетях отведена одна из ведущих ролей в выполнении этой миссии.