Библиотека и социальные медиа.

Интернет шагает по стране семимильными шагами. Сегодня услугами сети пользуется каждый третий россиянин. По мнению экспертов, эта доля в ближайшие годы будет неуклонно расти. Самая динамично развивающаяся среда – социальные медиа. Что же такое социальные медиа?

Социальные медиа (англ. *social media, social networking services*) — вид массовой коммуникации, осуществляемый посредством интернета. Имеет ряд существенных отличий от традиционных средств массовой коммуникации. Термин «медиа» является калькой английского «media». Внедрен в русский язык недавно вместо появившегося в русском языке, по крайней мере, с 1960-х годов перевода «media (в единственном числе — medium)» как средства (массовой) коммуникации. (см. Википедия)

Социальные медиа - это совокупность всех интернет-площадок, которые на основе онлайн-технологий предоставляют пользователям возможность устанавливать коммуникацию друг с другом и производить пользовательский контент. Другими словами — это веб-ресурсы, созданные для общения пользователей в сети. Общение может принимать различные формы – пользователи могут делиться своим мнением, опытом и знаниями, взаимодействовать друг с другом, налаживать контакты, а также делиться новостями, информацией, видео, фото, музыкой, рекомендациями.

Социальные медиа включают в себя:

- социальные сети;
- блоги;
- форумы;
- сайты знакомств;
- вики; (веб-сайт, структуру и содержимое, которого пользователи могут самостоятельно изменять с помощью инструментов, предоставляемых самим сайтом)
- видео-хостинги; (сайт, позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, например через специальный проигрыватель.)
- социальные закладки и др.

Огромная популярность социальных медиа во всем мире делает их весьма привлекательными площадками для рекламодателей. Относительно недавно зародился и стремительно набирает обороты маркетинг в социальных медиа — SMM. Оптимизаторы видят в этом большой потенциал для продвижения веб-ресурсов и все чаще прибегают к инструментам SMM параллельно с SEO. (**Поиско́вая оптимиза́ция** (англ. *search engine optimization, SEO*) — комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта. Обычно, чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем.)

Образ библиотеки меняется вмести с развитием науки и техники. Мы помогаем развиваться науке, она меняет облик библиотеки. Современные пользователи библиотеки – это не только те кто дошли до ее читальных залов, но и онлайн пользователи. Если удаленные сервисы существуют в библиотеке - хорошо бы определить скольким еще удаленным пользователей может понадобиться и будет полезна библиотека. Надо чтобы эти потенциальные пользователи узнали о библиотеке любым возможным способом.

Выявить критерии оценки результативности деятельности в социальных сетях ставили перед собой организаторы многих библиотечных конференций. Ежегодно, например, в рамках Крымской конференции проводится круглый стол – мозговой штурм «Социальные медиа и библиотеки», который вызывает неподдельный интерес аудитории, причём как «продвинутых библиотечных блогеров», так и новичков, делающих лишь первые шаги на соцмедийных просторах. Ведутся дискуссии по наиболее актуальным вопросам:

Зачем сотрудникам представлять библиотеку в социальных сетях?

Кто имеет право говорить от лица организации и почему?

Можно ли библиотекарю обсуждать рабочие вопросы в социальных сетях, и почему и для чего это стоит (или не стоит) делать?

Как измерить эффективность работы в социальных сетях?

Как это повлияет на улучшение основных показателей библиотеки?

Каковы основные способы включения пользователей в деятельность библиотеки?

А самым сложным вопросом при организации такой деятельности становится необходимость оценить эффективность от вложенных трудозатрат. По мнению Елены Линдеман, зам. директора ГПНТБ «измерять эффективность надо не лайками и отзывами коллег, а новыми читателями и новыми информационными запросами» [См. публикацию в блоге «Библиотекарша» http://bibliotekarsha.blogspot.ru / 2012 / 11 / vs.html].

Если библиотека хочет быть современной, ориентированной на пользователя, она должна обратить внимание на **социальные медиа** и работу в них. Если мы хотим привлечь новых пользователей и не потерять старых, то в работе с ними нужно поставить следующие цели: вовлечение, сотрудничество, участие.

Многие библиотекари, начинающие свою деятельность в социальных сетях, одной из самых основных проблем выделяют недостаточность опыта и умения работать в новой коммуникационной среде. Согласно опросам, 47 % респондентов отмечают неспособность и неумение разговаривать с интернет-аудиторией на одном языке, более 36 % не понимают, как оценивать эффективность этой работы, более 28 % отмечают отсутствие технических навыков в разработке блогов, страниц, сообществ, для 26 % сложность вызывает определение целевой аудитории.

Несмотря на это по предварительным опросам и подсчетам активности в социальных сетях было выявлено, что библиотеки в большом количестве представлены в социальных сетях, много общаются между собой и ведут активное общение.

Важно отметить, что активное использование мобильных устройств и, в особенности, планшетных компьютеров, значительно повлияло на рост пользователей социальных сетей.

Социальные сети.

Что такое социальные сети?

Социальная сеть – интерактивный многопользовательский веб-сайт, контент которого наполняется самими участниками сети, с возможностью указания какой-либо информации об отдельном человеке/персоне (дата рождения, школа, вуз, любимые занятия и т.д.), по которой аккаунт пользователя смогут найти другие участники сети. (аккаунт – это совокупность данных, которая описывает пользователя. В отличие от логина, который лишь идентифицирует его, аккаунт содержит больше информации.)

Одна из черт социальных сетей – это система «друзей» и «групп». Это сообщество пользователей Интернет, имеющих доступ к сети в зависимости от интересов и географической привязки, онлайновая среда, используемая с целью обмена контентом, мнениями, опытом и актуальными медиаданными.

Группы и страницы в социальных сетях позволяют привлечь пользователей к деятельности библиотеки, дают возможность достаточно быстро установить неформальный контакт. В сетях люди оказываются более открытыми, чем в реальной жизни, в большей степени готовыми общаться и делиться информацией.

Теперь немного статистики.

Екатерина Фролова - основатель Про СММ. Блогер. Эксперт по продвижению в социальных сетях. По ее мнению…

В мировом масштабе существует порядка 20 крупных соц. сетей, которые имеют различную популярность в различных регионах. На изображении представлен список **наиболее популярных социальных сетей во всем мире** на январь 2015 года.

Так какие же социальные сети являются наиболее популярными на данный момент?

Facebook крупнейшая социальная сеть в мире, основанная Марком Цукербергом в 2004 году, как сайт для студентов Гарварда, а позже и других университетов. В 2006 году была открыта свободная регистрация на ресурс для людей старше 13 лет и имеющих адрес электронной почты. Согласно данным последнего исследования, социальная сеть продолжает удерживать лидирующую позицию по количеству активных пользователей. По данным за март

2015, у Фейсбук 1,44 млрд. активных пользователей в месяц! С большим отставанием за Фейсбук следуют Google+, Твиттер, Инстаграм и другие популярные социальные сети.

Google+

Социальная сеть от известнейшей компании-гиганта Социальная сеть Google+ насчитывает около 540 миллионов активных пользователей (по обновленным данным на февраль 2014 года) и продолжает расти быстрыми темпами. Интересно то, что Google+ не получила большого внимания в США, хотя пользуется большой популярностью в других странах мира. Проект был запущен в начале 2011 года, а свободная регистрация открыта в январе 2012. Принцип работы социальной сети построен на "кругах" - Circles, т.е пользователь сам выбирает свои круги общения, где то их расширяя или сужая. Несмотря на внушительное число подписчиков, число неактивных записей зашкаливает - около 80% пользователей не сделали не одной записи в сервисе.

YouTube

Видеохостинг YouTube, который, кстати, принадлежит компании Google, занимает почетное второе место по популярности. Сайт ежемесячно посещают более одного миллиарда человек. Каждый месяц интернет-пользователи тратят более 6 миллиардов часов на просмотр видео на сайте.

Twitter

В конце прошлого года Твиттер упустил восьмое место в списке, отдав его быстроразвивающейся социальной сети Инстаграм. Не смотря на эту небольшую потерю, Твиттер стремительно развивается и изменяется. Количество активных пользователей Твиттера на сегодняшний день составляет 284 миллиона.

Linkedin

Что касается профессиональной социальной сети LinkedIn, то она значительно отстает от своих менее «серьезных» конкурентов и имеет около 259 миллионов активных пользователей (данные на второй квартал 2014).

Instagram Сегодня пользовательская масса Инстаграм подросла и насчитывает 300 миллионов активных пользователей, а сама сеть считается одной из самых быстрорастущих соц. сетей на сей день.

Vkontakte – самая популярная социальная сеть в России и странах СНГ, зарожденная Павлом Дуровым в 2006 году. Как и зарубежный источник, которым вдохновлялся Дуров, целевой аудиторией проекта были выбраны студенты крупнейших вузов. Однако, в ноябре того же года была открыта свободная регистрация для увеличения числа пользователей. В 2010 году число пользователей соцсети превысило 60 миллионов и продолжило увеличиваться значительно набирая темпы. Вконтакте на сегодняшний день с числом пользователей свыше 210 миллионов. Располагает множеством сервисов - от средств для разработчиков интернет ресурсов до собственной платежной системы.

Одноклассники – вторая по популярности соц сеть России. Проект был запущен в марте 2006 года и стремительно развивался - уже к ноябрю того года число пользователей увеличилось до 1 600 000 и продолжало расти. В сентябре 2011 года проект Одноклассники попал под влияние Mail.Ru Group, частью которой на данный момент и является. Данная российская соц. сеть с 210 млн. аккаунтов на данный момент незначительно уступает Вконтакте по популярности.

Итак, где сегодня присутствуют наши потенциальные читатели?

Статистика поражает – в России, например, ежемесячно пользуются интернетом 69 миллионов человек; из них более 80% зарегистрированы в социальных сетях. Главная причина,

по которой предпочитают общаться в социальных сетях – в том, что они стирают территориальные, социальные и возрастные различия между людьми.

Исходя из свежих данных за январь 2015, популярность социальных сетей среди россиян постоянно растет. Количество активных аккаунтов увеличилось на 10% по сравнению с январем прошлого года. Более того, пользователи стали проводить больше времени в сетях — в среднем **2 часа 38 минут ежедневно**, что на 42 минуты больше, чем время проводимое в соц. сетях в прошлом году.

Использование мобильного интернета продолжает стремительно расти. 12% трафика на веб-сайты идет с мобильных телефонов, что аж на 41% выше, чем в прошлом году. Трафик с планшетников также подрос на 17% и составляет 6%. Что же касается домашних компьютеров и ноутбуков, то с них трафик пока что является основным — 82%, но начинает падать (спад в 5% с прошлого года). Этот тренд, скорее всего, будет продолжаться в последующие годы, так как пользователи теперь предпочитают пользоваться интернетом «на ходу», а популярность обычных компьютеров падает.

Более половины аудитории рассматривают Интернет как среду для общения, личных коммуникаций, развлечений.

Каким соц. сетям отдают предпочтение россияне?

«Вконтакте» по-прежнему остается лидером среди россиян и имеет 54,6 млн. активных пользователей (данные за январь текущего года). За ним следуют «Одноклассники» с с месячной аудиторией 40 млн. пользователей и «Мой Мир» — 25,1 млн. пользователей. Некогда популярные российские соц. сети «Одноклассники» и «Мой Мир» начинают сдавать позиции и теряют популярность. За год их пользовательские базы сократились на 1 млн. и 2,7 млн. пользователей соответственно. «Фейсбук» продолжает укрепляться, разместившись на третьем месте с 24,2 млн пользователей. За ним следуют «LiveJournal» — 16,6 млн., «Instagram» — 13,3 млн. и «Twitter» с 8,4 млн. пользователей.

Возраст пользователей соц. сетей

Социальная сеть **«Вконтакте»** может похвастаться **самой молодой аудиторией**. У «Вк» самые высокие показатели среди пользователей до 24 лет, а ядро активной аудитории приходится на пользователей в возрасте от 18 до 34 лет.

Самой же взрослой соц. сетью оказались «Одноклассники» — ядро активной аудитории составляют пользователи 24-44 лет, в то время как 20% приходится на пользователей старше 54 лет.

Пол пользователей соц. сетей

Сразу хочу отметить, что пол пользователей — не самая точная статистика, так как количество точных данных варьируется у разных соц. сетей.

Что можно сказать наверняка, так это то, что женщины являются намного более активными в соц. сетях, чем мужчины. По количеству женщин лидируют соц. сети «Инстаграм» и «Одноклассники» – 70,6% и 70,2% соответственно. Единственным исключением является LiveJournal, где мужчин немножечко больше, чем представительниц прекрасного пола – 55,8%.

Продвижение библиотеки в социальных сетях.

Перед тем, как начать свое продвижение в социальных медиа, необходимо решить, где же необходимо действовать. Рассмотрим возможности, не требующие финансовых затрат, но способствующие укреплению имиджа библиотеки и диалогу с пользователями.

Зачем библиотеке создавать группу в социальных сетях? ПЛЮСЫ.

• У вас появится возможность заявить о себе огромнейшей аудитории.

• Социальные сети разрушают грани – это их главное достоинство. Группа в социальной сети – это прямое общение с читателями. Станьте ближе, общайтесь с ними! Возможно, они станут вашими друзьями и партнерами.

• Вы можете оперативно узнать мнение пользователей по поводу проходящей акции или изменения режима работы, выяснить их пожелания и предпочтения.

• Группа дает прекрасную возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах или мероприятиях и распространить эту информацию дальше.

• Рекламируйте свои библиотеки и услуги.

В заключение несколько советов, **как начать свое продвижение в социальных медиа**. Как всё-таки сделать выбор библиотеке? Нужно помнить, что главное – не бояться экспериментов и следовать простому алгоритму:
· проанализировать категории своих пользователей;
· изучить присутствие ваших пользователей в социальных сетях;
· выбрать 3–5 соцмедиа для активной работы, включив в список те, где уже присутствуют ваши читатели и где они могут появиться (самые популярные соцсети).

Наши зарубежные коллеги (из Social Networking Librarians) советуют **10 вещей, которые можно поместить на страницу вашей библиотеки в Фейсбук**:
1. Фото вашей библиотеки.
2. Видео о библиотеке или иное важное для библиотеки видео
3. Календарь библиотечных событий
4. Ленту rss feed (с помощью этого формата очень удобно получать и читать новости любимых блогов, не заходя в блоги) на ваш библиотечный блог
5. Контакты библиотеки
6. Часы работы библиотеки
7. Виджет - путеводитель по библиотеке
8. Онлайн-опрос пользователей относительно услуг библиотеки
9. Информацию о новых поступлениях в библиотеку
10. Ссылки на популярные базы данных и другие электронные ресурсы библиотеки

Выберите форму площадок для работы в социальных медиа (блог, страница или группа в социальной сети, видеоканал на хостинге Youtube и т.д.)
Придумайте стиль, опишите основные принципы, создайте ключевые тексты, подберите аватары (**Аватар - это** маленькая картинка, которая наиболее полно отражает Вашу сущность, внешность, характер, маленький кусок графики, который воплощает и улавливает самую сущность Вас, эдакая электронная душа человека.).
• Разработайте концепцию (примерный перечень тематических разделов для страницы, частота наполнения, использование аудио-видеоматериалов, примерный «редакционный план» на первые месяц-два работы).
• Подберите информацию для наполнения страницы на первые две-три недели ее функционирования.
• Постарайтесь оптимально организовать работу (порядок создания «редакционного плана» и контента для наполнения площадок в социальных медиа, распределение обязанностей).
• Не забывайте, что контент в социальных медиа – это повод для беседы. Старайтесь создавать тексты, подразумевающие дискуссии в комментариях. Пишите ясно и просто, чтобы было легко разобраться неискушенному читателю. Разъясняйте все, что нужно и можно разъяснить и объяснить.
• Если по прошествии времени вы обнаружили, что активность работы в определённой сети резко уменьшилась или не приносит результата, попытайтесь принять меры по активизации, и при отрицательной реакции исключите её из своей работы (а лучше «заглушите работу») и активно работайте в другом направлении. При этом следует помнить, что наиболее эффективна работа в комплексе соцмедиа (блог, микроблог, видеоблог, соцсети и др.).
И запомните - если вас нет в социальных медиа, значит, там есть кто-то другой.

Используемые источники:

1. Источник: http://7news.biz/vmire/584-reyting-socialnyh-setey-v-mire.html
2. http://www.pro-smm.com/populyarnye-socialnye-seti/
3. Огнева, И.Н. **Библиотека и социальные медиа** / И.Н.Огнева // Библиотечное пространство: медиа - информация - культура: сборник материалов Межрегиональной научно-практической конференции / Муниципальное учреждение культуры "Централизованная библиотечная система" г.Архангельска; сост. Л.Ф.Беляева. - Архангельск, 2011. - С. 63 – 69.
4. http://bibliomaniya.blogspot.ru/p/blog-page_16.html
5. http://myblogluba.blogspot.com/2012/10/blog-post.html
6. http://bibliotekarsha.blogspot.ru/ 2012 / 11 / vs.html