

BookIsland: из опыта работы по ведению социальных сетей краеведческим отделом СахОУНБ

В 2023 году отделу краеведения Сахалинской областной универсальной научной библиотеки исполняется 25 лет. Важнейшими функциями отдела являются формирование, хранение и популяризация краеведческих документов и местных изданий; отдел выполняет роль регионального депозитария и центра краеведческой библиографии. Фонд краеведческих документов насчитывает более 30 тысяч единиц, по содержанию либо по происхождению связанных с историей развития Сахалина и Курильских островов. С этой точки зрения он не только универсален, но и уникален для представления об особенностях региона в контексте истории всей страны. Фонд является основой научной и исследовательской деятельности сахалинских краеведов и подлежит особому хранению и защите.

Отделом краеведения уделяется большое внимание работе, которая способствует раскрытию уникальности краеведческого фонда. С этой целью, например, в 2016 году на базе отдела краеведения был открыт зал имени Г. И. Невельского. В краеведческом фонде выделена коллекция документов о первооткрывателях Сахалина и Курил, оформлена постоянно действующая экспозиция «Г. И. Невельской: адмирал и исследователь» с информацией о жизни и деятельности российского мореплавателя и его сподвижников. Посещение зала имени Г. И. Невельского является обязательной частью экскурсионной программы библиотеки; тематические вечера, презентации книг и лекции, связанные с историей Сахалинской области, включены в программы краеведческих лекториев, библиотечно-информационных акций, которые проводятся в рамках работы зала имени Г. И. Невельского.

Одной из задач, обозначенных в «Стратегии развития библиотечного дела Сахалинской области до 2030 года», является обеспечение доступа к достоверной информации, в том числе краеведческой [8].

Эта задача легла в основу деятельности отдела краеведения ГБУК СахОУНБ в рамках работы зала имени Г. И. Невельского по организации доступа к легитимной и достоверной краеведческой информации об открытии и принадлежности Сахалина и Курильских островов. Для этого используются разнообразные источники и способы, в том числе указанные в «Руководстве по краеведческой деятельности центральной библиотеки субъекта РФ» [7, с. 18–20]: сайт, издательская деятельность, массовые мероприятия и социальные медиа. К последним относятся социальные сети, блоги, микроблоги, видеохостинги и т. д. Данные инструменты полезны для продвижения библиотечных услуг, формирования у населения интереса и потребностей в библиотечных сервисах, для прямого общения и взаимодействия с заинтересованной аудиторией.

Первое библиотечное сообщество в социальной сети «ВКонтакте» было создано в 2012 году специалистами отдела краеведения. В следующем году было запущено сообщество в «Одноклассниках».

Публикуемая информация сообщества была без чёткой концепции, отличалась множественным реблогингом (процессом повторного публикации контента, созданного другим пользователем, на своей странице или в своей группе) из других групп по личным интересам администратора. Краеведческий контент размещался в рубриках «День в истории», «На страницах газет» и «Книга дня». Только в конце 2015 года был разработан проект BookIsland (Book — книга, Island — остров), главной целью которого стала популяризация знаний об островной области путём размещения информации, подкреплённой документальными источниками из фондов СахОУНБ. Сообщество начало формировать свою тематику, контент краеведческой направленности увеличился, интерес к нему возрос. К 2018 году в среднем каждую запись на странице сообщества просматривали до 120 раз. Появились постоянные рубрики «День в истории Сахалина», «Краеведческие факты», «Фотовыставка» и «Цитаты», «Спроси краеведа», где посетитель сообщества может напрямую обратиться к специалистам по интересующему вопросу: о наличии в фонде зала имени Г. И. Невельского определённого издания, продлить книгу, уточнить данные о документе и многое другое [6, с. 127]. В 2019 году было выполнено 26 тематических краеведческих запросов, поступивших через социальные сети.

В связи с ростом интереса участников сообщества к публикуемой отделом краеведения информации было принято решение разнообразить формы её подачи. Такой формой стало размещение краеведческих информационных постов познавательного характера — на странице сообщества BookIsland активно стали размещаться интересные публикации из сахалинских научно-популярных изданий, газет и журналов. Появилась новая рубрика «Улицы нашего города», где подписчикам группы было предложено самим выбирать название улицы, о которой они хотели бы узнать. Рубрика получила много положительных откликов и предложений. Кроме того, появились краеведческие викторины, победители которых награждались краеведческими книгами и библиотечными сувенирами [3].

В конце 2020 года в сообществе социальной сети «Одноклассники» насчитывалось 574 участника, «ВКонтакте» — 670 [4]. В этом же году в социальной сети «ВКонтакте» создана отдельная официальная группа Сахалинской областной универсальной научной библиотеки.

К началу 2023 года в социальных сетях произошло немало весомых изменений, которые способствовали продвижению краеведческого контента в Интернете:

1. Ежемесячное формирование контент-плана для сообщества BookIsland.

Контент-план позволяет более эффективно планировать и организовывать работу библиотечной группы в социальной сети, определять темы, форматы и частоту публикаций, анализировать результаты и корректировать стратегию, определяет объём информации постоянных рубрик в предстоящем месяце. На-

полнение одной из наиболее крупных рубрик «День в истории» опирается на сведения, представленные в «Календаре знаменательных и памятных дат Сахалинской области» — справочном издании СахОУНБ, отражающем значительные и наиболее интересные даты из истории, экономической, политической, научной и культурной жизни области, а также юбилейные даты уроженцев и деятелей Сахалина, оставивших след в истории области и страны в целом. Так как частота размещения информации в группе ежедневная (до двух публикаций в день), то рубрика уже занимает половину месяца в плане. Далее заполняются свободные даты до трёх публикаций в месяц рубриками «Знаете ли вы», «Ресурсы отдела краеведения» и т. д. Новостные посты, афиши, информация о новых изданиях размещаются по мере поступления.

Одним из важных аспектов планирования контента является определение времени публикации. Здесь важно учесть, какой контент готовится к публикации и какова его целевая аудитория; время публикации может сильно влиять на эффективность представленного материала. Над этим блоком в продвижении краеведческой группы СахОУНБ в настоящий момент идёт работа.

Таким образом, контент-план является необходимым инструментом для успешного продвижения библиотечной группы в социальной сети и достижения поставленных целей.

2. Оформление публикуемого материала в едином стиле.

Заголовок всегда написан заглавными буквами. Далее, обязательно до трёх основных хештегов (ключевое слово или несколько слов сообщения, используемых в микроблогах и социальных сетях для облегчения поиска сообщений по теме или содержанию и начинающихся со знака решётки) с указанием рубрики и главной темы сообщения. Основной текст при подготовке к публикации перерабатывается и сокращается. Обязательно указывается источник в соответствии с ГОСТ Р 7.0.100–2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления». Для информации, заимствованной из Интернета, во «ВКонтакте» существует функция «Добавление источника» — ссылка на источник, которая появляется под опубликованным материалом. Заканчивается публикация хештегами, отражающими деятельность библиотеки, географию и другие слова, соответствующие контексту представленной информации.

Нередко публикации сопровождаются разными эмодзи (специальный графический язык идеограмм и смайлов, который используют для выражения эмоций в интерактивном общении, на веб-сайтах) для придания яркости тексту и выделения информации. Здесь важно соотнесение эмодзи с темой опубликованного материала. Активно используются такие символные обозначения, как телефон, часы, цифры, формы геометрических фигур в разных цветах, знаки пунктуации (в основном восклицательный знак).

Объёмный материал о важной персоне, историческом событии, обзор новых изданий публикуется через инструмент «статья» на платформе «ВКонтакте». По-

ложительные стороны данного формата в том, что текст можно представить более качественно, выделить главные части, сопроводить иллюстративным материалом каждый абзац. Статья сопровождается отдельной ссылкой. Тексты в разделе статей группируются на одной странице. Сегодня в краеведческой группе зала имени Г. И. Невельского насчитывается 34 таких статьи. В «Одноклассниках» аналогичная функция доступна в режиме обычной публикации информационного поста.

3. Обновление описания группы BookIsland.

Добавлена справка о зале имени Г. И. Невельского: история отдела, задачи, ресурсы и предлагаемые услуги. В группе «ВКонтакте», в раздел «Ссылки», внесены электронные ресурсы, которые находятся в зоне ответственности отдела краеведения СахОУНБ: «Чехов и Сахалин», «Коренные этносы Сахалина», «Бои за родные острова», «Дорогами прошлого», «Литературный мир Сахалина и Курил», «Электронная библиотека “Сахалин и Курилы — острова утренней зари”». Сообщество отдела является полноценным информационно-справочным ресурсом, который представляет все ресурсы и услуги отдела краеведения в удалённом доступе. Кроме того, на странице «ВКонтакте» добавлено время работы и карта местонахождения библиотеки.

4. Настройка навигации.

Под навигацией автор настоящей статьи имеет в виду упорядочение хештег-меток. Данный инструмент важен для быстрого поиска информации внутри группы социальной сети по ключевым словам. Кроме того, выделенные ключевые слова отражают рубрики, которые представляют специалисты зала имени Г. И. Невельского на странице сообщества.

Таблица 1. Основные хештеги группы BookIsland.

Хештег	Обозначение
#BookIsland	название группы
#событияотделакраеведения	новости и отчёты о мероприятиях отдела краеведения СахОУНБ
#афиша_окр	только анонсы предстоящих мероприятий
#новинки_окр	обзоры новых поступлений в фонды зала имени Г. И. Невельского
#знаетеливы_окр	постоянная рубрика об интересных островных фактах, местах, памятниках и т. д.
#деньвистории_окр	календарь знаменательных и памятных дат островного региона
#персона_окр	информация об островных писателях, деятелях, ветеранах войны и т. д.
#ресурсы_окр	продвижение ресурсов отдела краеведения
#островныеписатели_окр	отрывки из произведений и поэзия островных авторов
#топонимика_окр	новая рубрика о названиях на карте Сахалинской области

Для оценки эффективности работы библиотечной группы в социальных сетях специалистами отдела краеведения учитывается количество подписчиков и рост аудитории, уровень вовлечённости пользователей (количество отметок «нравится», комментарии, реблогинг), количество запросов на услуги, оказанные через социальные сети. Так, с 2021 года наблюдается положительная динамика развития краеведческой группы BookIsland (см. таблицу 2, диаграммы 1, 2). Отмечен стабильный рост подписчиков в обеих социальных сетях. Следующий основной параметр эффективности — посещаемость группы. Чем выше данный показатель, тем больше людей узнаёт о работе отдела краеведения СахОУНБ и в целом об островном регионе. С последними обновлениями, которые были описаны выше, в начале 2023 года посещаемость и просмотры «ВКонтакте» выросли на 81%, а в «Одноклассниках» — на 85%. Разные ситуации сложились с количеством просмотров краеведческой группы. Если в первой социальной сети явный рост пользовательского охвата (просмотры возросли на 82%), что говорит об эффективности распространения информации группы в социальной сети, влияет на увеличение роста потенциальных подписчиков группы, в том числе и читателей библиотеки. В «Одноклассниках» наблюдается резкое падение просмотра страницы (более чем на 50%). Это может быть связано с изменением алгоритма показа контента группы, снижением активности пользователей или отсутствием интереса к публикуемым материалам у аудитории в социальной сети. Последний пункт автор ставит под сомнение, так как в обеих группах публикуется одинаковый контент, а возрастная категория пользователей представленных социальных сетей разная.

Таблица 2. Динамика роста подписчиков группы BookIsland [5; 6].

	2021 г.	2022 г.	1 кв. 2023 г.
«ВКонтакте»	671	696	731
«Одноклассники»	643	781	827

Диаграмма 1. Показатели развития группы BookIsland «ВКонтакте» [5; 6].



Диаграмма 2. Показатели развития группы BookIsland в «Одноклассниках» [5; 6].



Кроме показаний статистики пользовательское мнение учитывается путём мониторинга комментариев под постами от подписчиков и посетителей групп. Также для повышения рейтинга, привлечения аудитории и сбора пользовательского мнения для дальнейшей работы по продвижению краеведческой деятельности в Интернете в начале марта настоящего года был запущен конкурс в сообществе социальной сети «ВКонтакте». Для участия в нём участникам BookIsland предложено написать в комментарии под публикацией о розыгрыше мнение о группе, поставить отметку «нравится» и быть подписанным на группу. Призом является одна из самых популярных книг островного исследователя И. А. Самарина «Памятники истории и культуры периода губернаторства Карафуто (1905–1945 гг.)». Сроки проведения конкурса: с 4 марта по 18 апреля 2023 года. На момент публикации представленного материала мы получили 8 комментариев, в которых участники группы отмечают интерес к обзорам новой литературы, отмечают насыщенность контента и желают дальнейшего развития. Некоторые участники высказали свои пожелания для развития группы BookIsland.

В целом в сообществе популярностью пользуются анонсы краеведческих мероприятий и информация о коренных этносах, островной кухне, памятниках и персонах Сахалинской области. В группах «ВКонтакте» и «Одноклассниках» появились постоянные активные участники. Кроме того, информацию BookIsland публикуют на других аналогичных страницах «Сахалин | Курилы | Туризм» (количество участников — 10 139), «Дальний Восток. Сахалин и Курилы» (количество участников — 881). Это положительная тенденция, которая свидетельствует об интересном контенте для пользователей Интернета и способствует привлечению новых участников. Реблогинг нередко встречается и на самой странице BookIsland, благодаря которому участники группы могут получить более полную картину о культуре и истории Сахалинской области, а также о событиях, происходящих в регионе.

Благодаря инструментам социальных сетей нам представляется портрет среднестатистической пользовательской аудитории сообщества BookIsland. Преимуще-

ственно это жители островного региона, г. Южно-Сахалинска. «ВКонтакте» это больше женская аудитория (75%), подавляющее число наших подписчиц принадлежит возрастной категории от 27 до 30 лет, а также от 45 лет и старше. Возрастной состав пользователей-мужчин, которые интересуются краеведческой группой библиотеки, — от 35 лет и старше. В «Одноклассниках» активной мужской аудитории немного больше (около 40%) аналогичной возрастной категории. Однако возрастной состав подписчиц-женщин намного выше (от 55 лет и старше — 30%).

В заключение можно отметить, что библиотечный маркетинг в социальных сетях помогает библиотеке привлечь больше пользователей, удержать текущих и повысить уровень использования её ресурсов. Это является необходимым элементом в современном информационном обществе, где всё больше людей получают информацию и общаются через социальные сети. Создание сообщества BookIsland на различных платформах помогло расширить охват пользователей и повысить интерес к краеведческой тематике. Кроме того, в группе появилась чёткая концепция и ряд постоянных рубрик, что позволило улучшить качество публикуемого материала и повысить его привлекательность для аудитории.

Отдел краеведения СахОУНБ является примером успешной работы с социальными сетями, которая способствует развитию краеведческой деятельности на Сахалине и привлечению новых читателей в библиотеку. Однако специалистам отдела краеведения стоит уделить внимание созданию контента, который бы привлёк молодое поколение. Понимание важности эффективной работы библиотеки в веб-среде является ключевым элементом её стратегического успеха в современном мире.

Список использованных источников

1. BookIsland (Отдел краеведения СахОУНБ) : сообщество. — Текст : электронный // ВКонтакте : социальная сеть : [сайт]. — 2006–2023. — URL: <https://vk.com/libsakh/>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

2. BookIsland (Отдел краеведения СахОУНБ) : сообщество. — Текст : электронный // Одноклассники : социальная сеть : [сайт]. — 2006–2023. — URL: <https://ok.ru/libsakh>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Отчёт отдела краеведения об итогах работы за 2019 год / ГБУК «Сахалинская областная универсальная научная библиотека», отд. краеведения ; сост. Н. А. Пригаро. — Южно-Сахалинск, 2020. — 68 с.

4. Отчёт отдела краеведения об итогах работы за 2020 год / ГБУК «Сахалинская областная универсальная научная библиотека», отд. краеведения ; сост. Н. А. Пригаро. — Южно-Сахалинск, 2021. — 49 с.

5. Отчёт отдела краеведения об итогах работы за 2021 год / ГБУК «Сахалинская областная универсальная научная библиотека», отд. краеведения ; сост. Н. А. Пригаро. — Южно-Сахалинск, 2022. — 58 с.

6. Пухова, Е. С. Популяризация краеведческой информации в социальных сетях // Медийно-информационная грамотность и продвижение чтения : матери-

лы науч.-практ. конф., 10–12 окт. 2017 г. / редкол.: Т. Н. Арентова, В. А. Малышева, Д. А. Ускова. — Южно-Сахалинск, 2018. — С. 125–128.

7. Руководство по краеведческой деятельности центральной библиотеки субъекта РФ / Российская библиотечная ассоциация ; сост.: Балацкая Н. М., Ковалева А. М., Мартиросова М. Б. — Санкт-Петербург : РНБ, 2017. — 24 с.

8. Стратегия развития библиотечного дела Сахалинской области до 2030 года / Сахалин. обл. универс. науч. б-ка. — Текст : электронный // Сахалинская областная универсальная научная библиотека : [офиц. сайт]. — URL: https://prof.libsakh.ru/doc/Methodiko-bibliograficheskie_izdaniya/Novye_materialy/Strategija_razvitija_BD_SO__utverzhdennaja.pdf (дата обращения: 15.03.2023).