

Интернет давно стал привычным источником информации, местом для общения и передачи знаний. Современные библиотеки активно используют его как инструмент для популяризации книги и чтения. Для того чтобы продвигать чтение в цифровой среде нужно прежде всего создавать соответствующий контент, который должен не только информировать, но и привлечь внимание, вызвать желание обратиться к книге.

Можно условно поделить контент на две большие группы:

- ✓ информирующие материалы (знакомство с книжными новинками, рекомендации к прочтению, информация об электронных ресурсах и офлайн мероприятиях и т.д.).
- ✓ призывающие к действию (участие в конкурсе, акции, челлендже, комментирование или репост в соцсетях, вовлечение в обсуждение темы и т.д.).

Наиболее эффективным будет использование обеих групп контента, причем лучше, если они будут взаимосвязаны и последовательны. Например, можно дать видеобзор на новую книгу, а затем сделать конкурс-розыгрыш этой книги, или предложить пройти тест по этой же книге.

Важным моментом является качественное и грамотное оформление любого материала, который публикуется библиотекой, и проектов в частности, призванных повысить интерес к чтению и книге. Вот несколько важнейших критериев качества материала:

- ✓ Уникальность (полностью скопированный материал понизит рейтинг учреждения, а также может грозить блокировкой).
- ✓ Информативность (материал должен нести качественную и полезную информацию).
- ✓ Доступность (материал должен быть понятен пользователю; если речь идет о событии, то человек легко должен понять, что, зачем, где и во сколько произойдет; если это конкурс или подборка, то необходимо, чтобы пользователь легко и быстро перешел по нужным ссылкам и т.п.)

- ✓ Наглядность (иллюстративное или видео-сопровождение материала привлечет к нему больше внимания, лучше запомнится и найдет отклик у пользователя).
- ✓ Продуманное внешнее оформление: изображения должны быть четкими, сфокусированными; приветствуется современный минималистичный дизайн; видео должно быть без помех, звук – чистым, текст – разделенным на логические абзацы и отступы, а списки – промаркированными.

Рассмотрим наиболее удачные способы продвижения литературы в интернет-пространстве на примере некоторых проектов библиотек.

Информирование об имеющейся и вновь поступившей литературе – рутинная, но нужная задача, необходимая для того чтобы у пользователей было хотя бы минимальное представление о составе фонда библиотеки. Обычные книжные обзоры в формате «обложка книги + аннотация, списанная из книги» вряд ли зацепят внимание потенциального читателя. Есть другие варианты интересной подачи такого рода информации. Например, специалисты многих российских библиотек знакомят читателей с книжными новинками, поступившими в библиотеку в небольших видеороликах под рубрикой «**Книжная распаковка**».

Формат «распаковки» вообще довольно популярен среди блогеров, так как подписчики любят посмотреть на приобретенные новинки и услышать рекомендации или отзыв самого блогера, тем более, если это авторитетный специалист. Кроме того, этот формат живой и вовлекающий, он позволяет почувствовать свою сопричастность к процессу. Стоит посмотреть хотя бы один выпуск «Книжной распаковки», после чего непременно захочется прийти в библиотеку за представленными книгами.

Примеры.

- ✓ Ютуб-канал Белоярской библиотеки и рубрика «Распаковка новых книг».
- ✓ Ютуб-канал «Молодежная библиотека Квартал 5/1» (г. Омск) и онлайн-обзор новых поступлений [«Книжная](#)

[распаковка. Выпуск 1»](#) И онлайн-обзор новых поступлений [«Книжная распаковка. Выпуск 2»](#).

- ✓ У Национальной библиотеки Ямала | #ТвояБиблиотека в социальной сети ВКонтакте есть рубрика [#книжнаяраспаковка](#). Специалист библиотеки увлекательно рассказывает о новых книгах.

Для реализации такой идеи необходимо оборудование для видеосъемки (подойдет и смартфон, укрепленный на штативе), оператор и монтажер (в библиотеке это, как правило, сами библиотекари). Ведущий может рассказывать, например, о вновь поступившей партии книг или о подаренных библиотеке изданиях. Важным моментом является съемка крупным планом тех книг, о которых говорится. Ну, и, конечно, многое зависит от настроения и подачи самого ведущего.

Интерес пользователей вызывают ориентирующие проекты, которые оказывают помощь в выборе книг новых авторов или классики. Здесь, как правило, дают рекомендации к прочтению сами библиотекари, читатели или известные люди.

Так, в 2017-2018 гг. Белгородская государственная универсальная научная библиотека успешно реализовала проект [«31-й регион предпоЧИТАЕТ»](#). Он представляет собой цикл видеороликов продолжительностью до 2 минут, в которых известные, профессионально состоявшиеся белгородцы рассказывают о книге, которая произвела на них глубокое впечатление. Среди участников проекта были: президент клуба атлетического многоборья, олимпийский чемпион, писатель, ведущая телеканала «Белгород 24», ведущая «Русского радио» и другие.

Стоит отметить, что известные и медийные люди достаточно часто и легко отзываются на призыв поучаствовать в таких проектах, поэтому не нужно бояться обращаться с предложением принять участие в какой-либо акции или мероприятии.

Но можно обойтись и своими силами. Ведь библиотекарь в глазах читателя имеет не меньший авторитет в вопросе выбора книги. Например, видеопроjekt [«Книжный переплет: что почитать»](#) – это обзор книжных новинок, событий издательской и

культурной жизни, который ведет сотрудник Челябинской областной универсальной научной библиотеки. Что нужно, чтобы вести подобный проект? Телефон или камера для качественной видеозаписи, а также подходящий ведущий, который хорошо ориентируется в современном литературном пространстве и может доступно и интересно донести информацию окружающим.

Сотрудничество библиотек с телевидением и радио, кстати, давно вошло в практику и имеет большие плюсы, в частности, хороший охват населения, т.к. многие по-прежнему получают информацию из новостей телеканалов.

Специалисты Челябинской областной научной библиотеки также делают и традиционные книжные обзоры с качественной подачей. Они доступны на сайте и в социальных сетях под рубрикой [#класная_вещь](#). В ней представлены различные книжные подборки, в которых говорится о той или иной книге в достаточно сжатом, но увлекательном формате. Текст написан простым живым языком, а сами подборки привлекают внимание своей актуальностью. Вот некоторые примеры заголовков:

- ✓ Пять книг о взрослении и становлении личности;
- ✓ Страна утренней свежести или Азиатский тигр: 5 книг о Южной Корее;
- ✓ Интересно о сложном. 5 книг по естественным наукам и др.

Еще один вариант подачи информации, это использование **маскота**. Маскот – персонаж, который служит талисманом и частью бренда компании или организации. Им может быть игрушка, животное, или виртуально созданный герой. Удачный пример использования маскота – домовый Ромыч в Астраханской библиотеке для молодежи имени Б. Шаховского (Шаховка). Здесь он живет, действует, наблюдает и участвует во всех событиях. Веселого вязаного домового по имени Ромыч знают многие посетители. Он так полюбился читателям, что было решено сделать Ромыча маскотом библиотеки. Ромыч присутствует на мероприятиях библиотеки, позирует на фото и даже вместе со всеми справлялся с трудностями самоизоляции в 2020 году. Была создана и серия стикеров с персонажем.



CATS_REPUBLIC/VK

Кошка Муся из петербургской библиотеки имени Маяковского победила в конкурсе «Котокультурная столица», в котором приняла участие кошки с предприятий и из культурных учреждений 17 городов России. Об этом [сообщается](#) на странице проекта «ВКонтакте».

Организатор конкурса — петербургское котокафе и приют «Республика кошек». Лучшую служебную кошку России в открытом голосовании выбрали

городской публичной библиотеке имени В. В. Маяковского живет несколько кошек: Яся, Фрося, Мэри, а также кошка Лиля – прямой потомок кота Иосифа Бродского и Муся, ставшая в 2020 г. лучшей служебной кошкой России по итогам премии «Котокультурная столица», которые работают в учреждениях культуры и других организациях (см. фото). Однако пушистые сотрудники трудятся в основном оффлайн, и чаще появляются на фотографиях читателей библиотеки, чем в качестве официального представителя в социальных сетях самой библиотеки.



В некоторых библиотеках есть свои живые четвероногие талисманы – кошки. Возможно, их потенциал еще полностью не раскрыт, хотя судя по количеству просмотров публикаций с фотографиями библиотечных котиков и по отзывам читателей, даже самая обыкновенная кошка мотивирует зайти в библиотеку... и вернуться туда еще раз. В Центральной

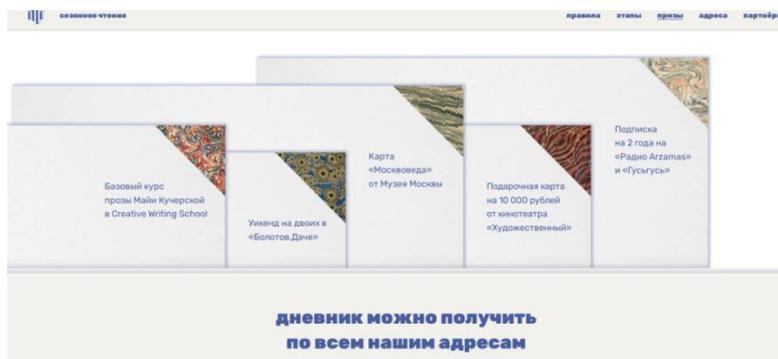
Продвигать литературу и чтение в интернет-пространстве можно каждый день, и не всегда для этого потребуются колоссальные ресурсы. Иногда краткость и простота могут вызвать не меньший отклик, чем что-то масштабное. Например, московская библиотека им. Н. А. Некрасова ведет в своей группе «ВКонтакте» рубрику [#словавстолбик](#) Как написано в первом посте этой рубрики,

сотрудники просто увлеклись разглядыванием корешков книг и слова сами сложились в столбик в единую забавную фразу.

Посты собирают по 2-4 тысячи просмотров. А названия некоторых книг весьма необычны, что вызывает желание как минимум полистать книгу. Что нужно для реализации подобной идеи? Немного внимательности, фантазии, и, конечно камера смартфона.

Рассмотрим теперь проекты, которые не просто несут какую-либо информацию, но и вовлекают пользователей в сам процесс чтения.

Интересен проект вышеупомянутой московской библиотеки Н. А. Некрасова [«Сезонное чтение»](#). «Сезонное чтение» – это программа поощрения активных читателей и их интереса к книгам. Процесс организован следующим образом. Читатель приходит в библиотеку и получает оригинальный читательский дневник. Затем берет книгу в библиотеке или ее филиале, прочитывает и оставляет в дневнике свой отзыв. После этого книгу необходимо вернуть в библиотеку, показать отзыв на нее в своем дневнике и получить стикер от библиотекаря. Собранные стикеры можно обменять на ценные подарки – книги. Финальным этапом является оценка сданных участниками читательских дневников в трех номинациях: лучшая рецензия, лучшая иллюстрация и лучший дневник. Партнеры у проекта серьезные, как призы от партнеров (см. рисунок):



Отдельно стоит отметить общее оформление и дизайн материалов проекта, выдержанные в едином стиле.

В 2022 году в Тамбовской областной универсальной научной библиотеке им. А. С. Пушкина стартовал первый региональный конкурс «Читатель года». Конкурс был организован с целью простимулировать пользователей еще больше узнать о библиотеке, ее информационных ресурсах и сервисах, историко-культурных коллекциях. А для самой библиотеки он дал возможность поощрить самых активных и преданных друзей-читателей. Главное условие для участия в конкурсе – быть записанным в библиотеку, регулярно посещать ее и читать книги. В конкурсе было объявлено 4 номинации:

- ✓ «С Пушкинской 24/7» (победитель определяется по общему максимальному количеству посещений библиотеки за конкурсный период);
- ✓ «С книгой по жизни...» (учитывается общее количество экземпляров изданий из фонда библиотеки, выданных читателю в течение конкурсного периода);
- ✓ «Семейка Воокиных» (учитывается общее количество посещений библиотеки, прочитанных книг из фонда библиотеки за конкурсный период членами одной семьи. Участники этой номинации сами определяют в заявке своего лидера и в дальнейшем действуют в его поддержку);
- ✓ «Читаю в цифре» (учитывается активность читателей в использовании библиотеки электронных книг «ЛитРес» из фонда Информационно-сервисного центра в течение конкурсного периода).

Желающий принять участие в конкурсе должен был заполнить простую заявку, а которой указывал свои данные: ФИО, дата рождения, телефон и электронная почта, номинация; а также стандартное согласие на обработку персональных данных. Конкурс проводился при поддержке Общественной палаты Тамбовской области. Призы были подготовлены действительно

ценные: смартфоны Samsung и настольные игры. Участие в конкурсе приняли 300 человек. Об итогах конкурса читать здесь:

<http://www.tambovlib.ru/?id=reports.item.5626>

Стоит упомянуть и **библиотечные блоги**. Блог может стать эффективным средством притяжения внимания интернет-аудитории, состоящий из пользователей поколения next. Примером может служить блог [«Интеллектуальный кофе»](#) – один из самых первых интернет-проектов Национальной библиотеки Удмуртской Республики. Он был запущен в 2008 году и до сих пор не теряет своей актуальности.

Блог поможет: составить целый план полезного и приятного досуга, используя перечень культурных и образовательных ресурсов, получить добрый совет – что почитать; пройти забавные и серьезные тесты на знание литературы. А еще вниманию «кофеманов» предоставлена информация об интересных и актуальных событиях из мира литературы, разговор о книгах и писателях, книжные рейтинги и подборки, увлекательные – а иногда и удивительные! – факты о чтении, книгах и обо всем, что с ними связано. Особенно востребован блог был во время пандемии.

Наиболее полный перечень профессиональных блогов, блогов-проектов, блогов-акций России и других стран (Беларуси, Казахстана, Молдовы, Украины, Эстонии, США) представлен в блоге библиотеки средней общеобразовательной школы № 55 г. Новоуральска Свердловской области [«Миры библиотек»](#). Блоги позволяют рассказать о жизни библиотек и библиотечных услугах, мероприятиях и юбилейных датах: привлечь внимание к книгам, публикуя посты о чтении, рекомендательные списки и рейтинги произведений, впечатления о прочитанном, обзоры новинок, тематические обзоры литературы.

Большую популярность в работе современных библиотек приобретают проекты по созданию **карт лояльности**, основанные на сотрудничестве множества организаций и учреждений. Действуют они следующим образом.

Библиотека заключает взаимовыгодное соглашение с различными организациями, пользующимися спросом у населения города, и готовых предоставить свои услуги и продукцию со скидками. При выполнении определенных условий посетителю библиотеки выдается карта лояльности, дающая право на получение скидок, бонусов и подарков от партнеров библиотеки. Таким образом, каждая сторона получает выгоду. Библиотека – инструмент для привлечения потенциальных читателей и поощрения постоянных. Организация-партнер – нового клиента или покупателя, привлеченного выгодным предложением и бонусами, появившимися благодаря полученной в библиотеке карте. Читатель – мотивацию для посещения библиотеки и приобщения к литературе, а также возможность получить востребованный товар/услугу по более выгодным условиям.

В Национальной библиотеке Ямала предоставляют очень выгодную программу лояльности [«Гынзян»](#) для своих пользователей. Читательский билет Национальной библиотеки Ямала – не только пропуск в огромный мир возможностей современной библиотеки, но и единая карта специальных предложений от предпринимателей города. Библиотека имеет около 20 партнеров! Это позволяет предоставить пользователям библиотеки приятные бонусы и скидки на медицинские анализы, доставку еды, покупку фирменной одежды или бижутерии ручной работы, приобретение абонемента в спортзал, посещение спектаклей, покупку кофе, услуги в салонах красоты и барбершопах, посещение культурно-досуговых и спортивных центров. Для того чтобы получить доступ к специальным предложениям от партнеров человеку достаточно иметь:

- ✓ Читательский билет с наклейкой программы лояльности;
- ✓ Доступ к личному кабинету электронной библиотеки;
- ✓ Согласие на участие в программе лояльности.

Возможно, у многих возникнет вопрос: при чем здесь продвижение книги и чтения? Ответ прост. Такие программы лояльности создают положительный имидж библиотеки.

Потенциальный читатель, который представлял себе библиотеку как архаичное учреждение с пыльными старыми книгами, и, возможно, не собиравшийся туда приходить, увидев возможность бесплатно получить доступ к множеству скидок на востребованные товары и услуги, запишется в библиотеку. Это будет первый и важный шаг на пути привлечения нового читателя. Дальнейшее во многом зависит уже от самого обслуживания в библиотеке. Увидев на полках современные красивые книги, оригинально сделанные подборки, разнообразие в выборе (от классики до последних новинок), читатель уже вряд ли уйдет из библиотеки без книги.

Коммуникационной формой для продвижения чтения в интернет-среде являются форумы, участником которых может стать любой желающий. Форум – это инструмент для общения на сайте, состоящий из сообщений, каждое из которых имеет автора, тему и собственно содержание. Для того чтобы отправить сообщение (пост) в форум, достаточно заполнить соответствующую форму на сайте. Принципиальное свойство форума заключается в том, что сообщения в нём объединены в треды. При ответе в форуме на чье-то сообщение этот ответ будет «привязан» к исходному сообщению. Последовательность таких ответов, ответов на ответы и т. д. и создаёт тред. В итоге форум представляет собой древовидную структуру, состоящую из тредов. Форум ведёт модератор. В отличие от чатов, сообщения, отправленные в форум, могут храниться неограниченно долго, и ответ в форуме может быть дан не в тот же день, когда появился вопрос.

Интересным ресурсом является форум [«Чтение»](#) на информационно-справочном портале Library.ru (проект Российской государственной библиотеки для молодёжи)

Сегодняшняя задача библиотек – суметь организовать увлекательную читательскую деятельность, активно используя интернет-пространство, наполняя его социально ценным содержанием, помогая людям ориентироваться в литературном потоке, налаживая с ними взаимодействие, которое имело бы

продолжение в реальном библиотечном пространстве. Эта задача может быть решена самыми различными способами.

Методов и приемов продвижения книги и чтения в интернет-пространстве достаточно много, и, если подходить этому творчески, то результат не заставит себя ждать, а потенциальный читатель станет реальным.

Составитель

Н.Ю. Наземцева

Использованные источники:

1. [Библио\[НЕ\]формат : Всероссийский онлайн-форум о соцсетях, проектах и маркетинге в библиотеках \(9-10 июня 2022, Якутск\)](#) : сборник докладов / Составитель А.К. Климентова, под ред. Р.И. Ксенофонтовой, Ю.В. Смольниковой, С.В. Поповой. — Якутск, 2022. — 63 с.
2. Климентова, А.К. Библиотечный неформат / Анна Константиновна Климентова, Розалия Ивановна, Ксенофонтова, Юлия Витальевна Смольникова // Современная библиотека. — 2022. — №7. — С. 50-52.
3. Продвижение книги и чтения в социальных сетях : методические рекомендации / МБУК «МБС Тбилисского района», Межпоселенческая центральная районная библиотека (Краснодарский край) ; сост. С.И. Гиль. — Тбилисская, 2021. — 16 с.
4. Продвижение чтения в электронной среде : методические рекомендации / Управление культуры и архивного дела Тамбовской области, ТОГБУК «Тамбовская областная универсальная научная библиотека им. А.С. Пушкина», Научно-методический отдел ; составитель И.С. Мажурова ; редактор Н.В. Аверьянова. — Тамбов, 2019. — 27 с.
5. [5 лучших проектов по продвижению чтения \(опыт проектов от волонтеров чтения Республики Башкортостан\)](#) / Национальная библиотека им. Ахмет-Заки Валиди Республики Башкортостан ; сост. Д. М. Латыпова. — Уфа, 2022. — 19 с.
6. Распопин, В.Н. Книга – цифра – сеть, или Как найти новые формы обслуживания / Виктор Николаевич Распопин, Ольга Александровна Алейникова // Современная библиотека. — 2021. — № 5. — С. 68-73.
7. Свергунова, Н. М. Библиотеки в блогосфере: современные тенденции / Н.М. Свергунова // Научные и технические библиотеки. — 2019. — № 4. — С. 28–36.