

ПОЗИТИВНЫЕ ПРОВОКАЦИИ И СТРАТЕГИЯ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПСКОВСКОЙ ОУНБ

Ирина Королева,

руководитель отдела социокультурного развития

Псковской областной универсальной научной библиотеки,

Председатель Псковской библиотечной ассоциации

В Псковской областной универсальной научной библиотеке (ПОУНБ) весьма развита культура включения и разнообразия, а это значит, чем больше идей и точек зрения учитывается в процессе решения проблем, тем более вероятно, что будет найдено оптимальное решение.

Наверное, не ошибусь, если скажу, что нас, библиотекарей, объединяют не только проблемы, связанные с нехваткой финансирования на развитие фондов, на комплектование, а также вопросы, связанные с современным законодательством, но и проблема привлечения пользователей. Ничего иного не остается, кроме того, как искать нестандартные ходы и формы, тем самым способствовать новой идентификации библиотеки в сознании пользователей.

Одной из технологий, которая дает новые возможности «захвата» умов и сердец пользователей для нас – отдела социокультурного развития ПОУНБ, стал маркетинг вовлечения. Это совокупность маркетинговых стратегий, предполагающих прямое вовлечение потребителей в процесс эволюции бренда. В нашем случае - бренда библиотеки. Мы рассматриваем вовлеченность как активное действие. Маркетинг вовлечения мы применяем исключительно в паре с позитивной провокацией.

Наверное, словосочетание «позитивная провокация» звучит для нашего уха довольно странно. Ведь согласно БСЭ: «Провокация (от лат. provocatio — вызов) подстрекательство, побуждение отдельных лиц, групп, организаций к действиям, которые повлекут за собой тяжелые, иногда гибельные последствия».

Провокация предполагает обман и подвох, совершенно не сочетаемые со смыслом, заложенным в слове «позитивная». Тем не менее, в отношениях «библиотека – пользователи» позитивные провокации присутствуют в большом количестве. Для нас провокация – отличный способ привлекать внимание и вызывать эмоции. В новой форме сотрудничества между библиотекой и пользователем ключевой задачей является выстраивание общения на уровне личности.

Конечно, любая технология имеет плюсы и минусы. Кто-то выигрывает от технологий, кто-то проигрывает. Дабы избежать ошибок в «технологии вовлеченности», мы взяли за основу формулу создания эффективных коммуникаций Виктора Шваба: Привлечь внимание + Показать людям преимущество + Доказать это + Убедить людей понять это преимущество + Просить о действии.

Вовлекающие цепочки, проверенные нами на практике выглядят следующим образом:

- интерактивные и вирусные акции (конкурсы, видеоролики, тесты)
- работа и продвижение лидеров мнения;

- мастер-классы;
- сообщества и группы;
- блоги, подкасты и видеокасты;
- флешмобы;
- специальные мероприятия.

Любая маркетинговая стратегия строится на основе стандартного набора инструментов: массовая реклама в СМИ, участие и организация мероприятий, PR-поддержка и т.д., но рядом со всей этой серьезностью присутствуют яркие и запоминающиеся события. Мы для себя определили, что эти события – специальные мероприятия, позволяют не только привлекать, но и вовлекать псковичей в коммуникацию с библиотекой, что открывает огромное количество новых возможностей ее продвижения, рекламы и позиционирования. Так, отдел разрабатывает и реализует мультимедийные мероприятия, каждое из которых рассчитано на вовлечение определенного сегмента целевой аудитории. Главная задача – дать людям новый опыт, знания, эмоции, которые они смогут крепко связать с брендом библиотеки.

Фестиваль-исследование «Гутенберг и другие». Это первое масштабное мероприятие, прошедшее в 2012 г., которое объединило псковичей разного возраста, образования, профессий. Если говорить о значимости этого проекта, то она, безусловно, определяется широким охватом образовательных, социальных и культурных составляющих сфер библиотеки. Основная программа фестиваля – специально сформированные интерактивные площадки, раскрывающие ресурсы и возможности современной областной универсальной научной библиотеки.

Кроме того, участники фестиваля могли стать активными «потребителями» мультимедийной выставки «Двоеточие» и принять участие в исследованиях. При организации фестиваля было важно привлечь внимание, вызвать эмоции, запустить вирусный эффект. Здесь, мы и воспользовались технологией «позитивная провокация».

Итак, провокация. Традиционными каналами быстрого распространения нужной нам информации являются СМИ и Интернет. При подготовке информационных материалов фестиваля мы сделали ставку на любопытство.

Впервые в пресс-релизе мы использовали элементы тестирования. Пройти тест можно было только при условии изучения программы фестиваля. Это выглядело так:

«Вы еще сомневаетесь, стоит ли стать участником фестиваля-исследования «Гутенберг и другие»? Предлагаем вам пройти тест. Для начала, ознакомьтесь с полной программой фестиваля».

И уже после знакомства с программой:

«А теперь результаты: Если вам знакомы более половины имен и названий, то вероятнее всего вторая оставшаяся половина станет для вас приятным открытием.

А если вам знакома $\frac{1}{4}$ и при этом какие-то из этих имен и названий вам интересны, то стоит сходить на фестиваль-исследование хотя бы уже для расширения кругозора. И вы точно откроете для себя что-то не только новое, но и полезное!

До встречи на фестивале-исследовании «Гутенберг и другие».

Именно на «Гутенберге» зародилась традиция проведения наших мероприятий в двух реалиях: on- и off-line. Так, в рамках события проводились исследования, принять участие в которых можно было и в Интернете, в блоге «О книгах и не только».

Рассчитывая на то, что псковичи сформулируют свои ожидания от будущего и сконструируют образ библиотеки и книги, исходя из сегодняшней оценки своей повседневной жизни, мы запустили исследовательский проект «Будущее книги и библиотек». На фестивале впервые было озвучено: «библиотека – третье место. На первом и втором лишь дом и работа». И мы верим, что совсем скоро это будет так!

Фестиваль-исследование планировалось сделать максимально практичным. И нет причин сомневаться, в том, что так и произошло:

- создан привлекательный имидж библиотеки, посредством раскрытия ее ресурсов и возможностей;

- привлечены в число библиотечных пользователей различные слои населения;

- псковичам была предоставлена возможность приобрести полезные навыки (например, «Практикум «Электронное правительство»);

- привлечены партнеры, в том числе из бизнес-сектора, заинтересованные во взаимовыгодном сотрудничестве в культурной и социальной сфере.

Важными условиями успешной реализации проекта стали:

- открытый, публичный характер;

- максимально полное освещение нестандартных приемов продвижения ресурсов библиотеки на местном телевидении и радио, в газетах, новостных интернет-порталах, а также в профессиональном сообществе (сайты: «Чтение 21», «Президентская библиотека»).

Организуя специальные события, мы пытаемся переместить читателя в новую реальность, в новую библиотеку – библиотеку, которую нужно захотеть увидеть и понять ее сущность.

Сегодня Псковская ОУНБ – это мощная интеллектуально-творческая среда, территория для экспериментов, которая помогает псковичам реализовать себя и найти единомышленников для реализации творческих идей и проектов.

Разрабатывая проекты «Неконференция «Преодоление. Хочу жить», арт-клуб «С.В.Ч.», акцию «День вспоминания любимых книжек», мы использовали потребность человека в самовыражении, его желание высказать свое мнение.

Арт-клуб «С.В.Ч.» задумывался как интерактивная и креативная площадка. Это не просто клуб любителей книги и чтения, это объединение думающих, талантливых людей, в котором встречаются разные мнения, и происходит диалог, в том числе обсуждение «элитарной литературы».

Но и здесь не обошлось без провокаций. Итак, первое заседание арт-клуба, тема которого «Кто читает женские романы, или о чем пишут женщины?». Конечно, деление на прозу мужскую и женскую представляется сомнительным, но такое понятие есть, и с ним приходится считаться. Мы же хотели познакомить наших читателей с прозой Людмилы Улицкой, Ольги Славниковой, Марины Палей, Елены Чижовой, Елены Катишонок. Решить эту творческую задачу нам было непросто. С чего начать диалог, развить мысли в творческом направлении? Мы начали с парадоксальной формулировки. Проще говоря, с произнесения вслух провокационного утверждения. Из уст нашего «провокатора» это прозвучало так: «Счастливые женщины книг не читают!». В итоге, у нас получился хороший, предметный разговор.

За год существования «С.В.Ч.» превратился в своеобразное арт-пространство, вовлекающее псковичей не только в мир книги, но и в мир общения. Отдельную группу участников клуба составляют писатели, профессиональные актеры, художники, музыканты, исполнители и их гости, иными словами представители псковской творческой интеллигенции.

Интересное продолжение имела и первая ежегодная акция «День воспоминания любимых книжек». Небольшая предыстория. Идею Акции нам подсказали создатели креативного проекта «Кален-дарь - ни дня без праздника». Согласно «Кален-дарю» у нас ежедневно происходят маленькие праздники. И один из праздников мы никак не могли обойти вниманием. Конечно, это 31 июля – День воспоминания любимых книжек.

В этот день мы пригласили читающих псковичей поделиться своими впечатлениями и рассказать о любимых книгах – книгах, которые хочется перечитывать, к которым возвращаешься через годы и открываешь в них что-то новое.

По сложившейся традиции опрос проходил в двух форматах: on-line – на площадке блога «О книгах и не только ...», в социальной сети «ВКонтакте» и off-line – на улицах города Пскова. Здесь нам помогли волонтеры, члены альтернативного клуба социально ответственных псковичей.

Благодаря участию в опросе жителей различных городов трех стран мира – России, Франции, США (среди респондентов были и бывшие соотечественники, прежде жившие на Псковской земле) акция приобрела международный масштаб.

Проводя уличный опрос, мы заметили, что людям нравится участие. Вот так, достаточно просто сказать добрые слова, подарить небольшие подарки, в нашем случае – это буклет ПОУНБ, чтобы получить замечательный эффект. Некоторые псковичи не только называли свою любимую книгу, но и с удовольствием цитировали любимые фрагменты.

По итогам Акции был сформирован список «50 любимых книг псковичей», который разместили на самом популярном региональном интернет-портале «Псковская лента новостей». Новость «Псковичи вспомнили 50 любимых книг» не только активно читали, но и активно обсуждали, что бывает очень

редко относительно библиотечных новостей. Прочитав комментарии, мы дополнительно узнали, что еще читают наши псковичи, как относятся к современным авторам.

Также по итогам «Дня воспоминания» был смонтирован видеоролик, который был размещен на видеоканале и быстро «разошелся» по группам в социальных сетях.

Заинтересованные псковичи стали обращаться в наш отдел с желанием рассказать о своих любимых произведениях и писателях. Так родилась идея интернет-проекта «Читатель в действии». В формате интервью наши читатели делятся впечатлениями, эмоциями о прочитанном и в то же время получают профессиональную консультацию и полезную информацию от «интервьюера», роль которого выполняет руководитель регионального центра чтения.

Придумать что-то кардинально новое, неожиданное и заманчивое в отношении библиотеки сложно. Сподвигнуть потенциальных пользователей прийти в библиотеку и стать ее читателем (пользователем/клиентом) могут яркие события.

Мы нашли новую форму «Неконференция» и выстроили работу так, чтобы аудиторию привлекало не только содержание, но и возможность заявить о себе – стать непосредственным участником события. Прекрасно понимая, что нужна целая команда заинтересованных участников данного мероприятия, мы обратились за поддержкой к нашим друзьям и партнерам.

Неконференция «Преодоление. Хочу жить» стала одним из самых интересных событий, посвященных опасным порокам современного города. Здесь, на Неконференции, участники не слышали «опасно для жизни», «вредно», «смертельно». Мероприятие стало некой проверкой внутренних возможностей молодых псковичей, работы души и мозга.

Нам удалось сохранить тонкую грань между развлечением и просвещением. Студенты и старшеклассники попали в такие условия, где надо было много и интенсивно изучать, пробовать, предлагать... Но зато в сжатые сроки, за полтора часа, они узнали гораздо больше, чем узнали бы по собственной инициативе!

Главную часть Неконференции «Хочу жить» предварял пролог «Озарение». Пять разноплановых площадок напряженно работали, заряжали позитивными эмоциями, подкидывали новые идеи. Участники интерактива «А я так думаю!» не скрывали своих социальных позиций, из множества предложенных мотиваторов выбирали «свой» и фотографировались с ним. Карта «Городские соблазны» стала отражением самых «интересных и веселых» мест для отдыха и творчества молодых псковичей.

Одна из площадок была заявлена как перформанс «Поэзия поколения «Next». Открытием для молодых псковичей стала Валерия Барановская – студентка филологического факультета Псковского государственного университета, член Литературной студии под руководством доктора филологических наук, доцента кафедры литературы Аиды Разумовской.

Для нас, организаторов, было важно «управлять» аудиторией: постепенно погружая ее в нужную нам атмосферу, подводя к ключевому моменту, интригуя и настраивая. Валерия прекрасно помогла нам в этом и доказала, что «искусство может жить и живет везде, независимо от времени года, суток, от

географии, от различных нюансов времени и пространства. Должен быть автор и зритель. Остальное происходит само собой и происходит обязательно» (художник Сергей Гришунов).

На мастер-классе «Игротека» к нам присоединились как давние любители настольных игр, так и абсолютные новички.

Приятным подарком для всех ценителей танцевальных экспериментов стало выступление уже известного коллектива «Fresh». Все участники Неконференции могли бесплатно получить читательский билет и записаться в библиотеку. Главное событие Неконференции – открытая авторская лекция «Я хочу жить!» Нины Яковлевой, руководителя регионального центра чтения Псковской ОУНБ: «Сегодня наркомания проявляет себя как страшные реалии апокалипсиса. Сейчас и общество, и государство готово к диалогу, действию. Но хочет ли изменений сам больной? Вот вопрос. Важно одно – молчать нельзя!»

Свои впечатления участники смогли «отметить» на «эмоциональной карте». Молодые псковичи получили новый опыт и знания.

В своей работе наш отдел активно использует принцип коллективизма: вместе с пользователем/читателем мы делаем общее дело, когда человек ощущает себя частью большого события.

Не так давно состоялся небольшой эксперимент – флэшмоб, точнее i-mob «А что вы сейчас читаете?». Объектом i-mob-активности стал блог «О книгах и не только ...», в качестве целевой аудитории виртуальной акции были выбраны активные интернет-пользователи, а в качестве информационных площадок – порталы «Псковская лента новостей», «Псковское агентство информации» и открытая группа Псковского городского молодежного центра (наши постоянные партнеры) в социальной сети «ВКонтакте».

Информационные партнеры поддержали нас, разместив пресс-релиз о мероприятии:

«А не поучаствовать ли вам во флэшмобе, дорогие псковичи?

Возьмите книгу, которую вы сейчас читаете, откройте на странице 101, 7 предложение сверху и цитируйте. Не забудьте указать автора и название книги. Участвуйте сами и приглашайте друзей!

Свои цитаты оставляйте в комментариях к посту «Флэшмоб» в блоге «О книгах и не только».

Результаты i-mob порадовали: получилось сделать еще одно интересное мероприятие, участниками которого стали 50 человек, а пост «Флэшмоб «А что вы сейчас читаете?» в блоге «О книгах и не только» за два дня просмотрело достаточно большое количество интернет-пользователей – 214.

Статья «Псковичей приглашают на флэшмоб ...» на «Псковской ленте новостей» вызвала в основном положительные комментарии, а также дискуссию на тему «чтение традиционных и цифровых книг». Таким образом, непростая задача виртуальной акции в новом для нас формате в полной мере удалась.

Ранее уже упоминалось, что мы рассматриваем вовлеченность как активное действие, в том числе и в виртуальной среде. Это все, на что нужно кликнуть, подписаться, прокомментировать, проголосовать. Стоит учитывать, что с развитием Интернета и ростом конкуренции пользователь становится все более ленивым, а значит, ценность активных действий растет.

Чтобы привлечь в библиотеку мало читающего и нечитающего, вернуть читателя, который также изменился, нам пришлось более активно использовать современные интерактивные технологии. Пример тому – глянецовый мультиблог «О книгах и не только ...», который служит отличным инструментом для выстраивания активных коммуникаций с пользователем. Идея блога – популяризация книги и чтения, продвижение нашей библиотеки и ее ресурсов.

Проект получился масштабным. Удалось создать пространство, где заинтересованные люди могут узнавать информацию о книгах и событиях, которые происходят как в библиотеке, так и во всем читающем мире, участвовать в исследованиях, отдыхать, например, посещая виртуальные выставки, а также смотреть буктрейлеры либо слушать аудиокниги и аудиолекции. Это полезная и качественная информация, которая представлена в четырех форматах: видео, аудио, текст, инфографика.

Успешно прошли апробацию on-line конкурсы, площадкой для которых стал мультиблог. Среди них – конкурс для настоящих мужчин, приуроченный к международному празднику 8 марта. Конкурсантам было предложено ответить на вопросы о цветах – в поэзии, кинематографе, музыке и прочих областях. Победитель получил в подарок сертификат на сумму 500 руб. В рамках проекта «Два императора», посвященного 200-летию Победы России в Отечественной войне 1812 г., состоялся одноименный конкурс-викторина. Здесь победитель получил в подарок диплом и книги. В преддверие Международного, или Всемирного дня театра прошел конкурс «4 билета? Не верю!». По его итогам были разыграны билеты в театр на спектакль польского режиссера Анджея Садовски «Валентинов день».

В настоящее время проходит виртуальная викторина «Литература non/fiction: путь к читателю» в рамках неформального фестиваля интеллектуальной литературы «Год 2012: Литература без вымысла (non-fiction)». Главным призом для победителя станет подарочный сертификат от агентства «FlyingDream» на приобретение интеллектуальных настольных игр.

Особенность проведения таких конкурсов – это использование технологии cross-promotion (англ.) – перекрестное продвижение, когда две или более компании реализуют совместные программы, направленные на стимулирование сбыта или повышение осведомленности. Партнерами библиотеки выступают компании/организации, предоставляющие призы для победителей.

Таким образом, создавая в блоге дополнительные сервисы, вызывающие азарт, мы вовлекаем пользователя в процесс.

Беря на вооружение такой инструмент воздействия на аудиторию, как провокация, необходимо детально рассмотреть и присущие ему риски и слабые места, понимать механизм распространения

такой информации. Провоцирующее сообщение должно вызвать у целевой аудитории желание пересказать это сообщение множеству других людей.

Так, мы запустили информацию о создании альтернативного клуба социально ответственных псковичей «Идеальное партнерство», членами которого могут стать как физические, так и юридические лица: государственные, общественные и коммерческие организации. К нам стали обращаться. Конечно, очередь из спонсоров к нам не выстраивается, но, надеемся, что это дело времени.

Резюмируя все вышесказанное, можно заключить, что и провокация и маркетинг вовлечения – хорошие инструменты самопрезентации, ведь используемые в них приемы, безусловно, способствуют лучшему запоминанию самого события, а значит и бренда библиотеки.

Будем надеяться, что в скором времени мы увидим начало эпохи новой библиотеки – библиотеки 3.0, когда пользователь будет иметь активную жизненную позицию, стремления и творческий подход, являясь неотъемлемым участником процесса создания услуги библиотеки для себя.