**Хакасская РДБ**

**Межрегиональная конференция «Современные модели библиотечного обслуживания читателя, пользователя»**

**Стендовый доклад**

**В онлайн-контакте с читателем**

*Куюкова Наталья Ивановна,*

*заведующий методико-библиографическим отделом*

*ГБУК РХ «Хакасская РДБ»*

Библиотечное пространство сегодня – это ещё и виртуальное пространство библиотеки. И подтверждение этому – многочисленные сообщества, библиотечные блоги, сайты, странички в социальных сетях. Сегодня представление библиотеки в Интернете – не дань модному веянию, а осознанная форма работы, продиктованная временем, позволяющая библиотеке реализовать ряд задач по её продвижению в информационном обществе и повышению комфортности обслуживания пользователей.

Деятельность детской библиотеки в социальных сетях уже стала повседневной, без этих «окон в мир» уже просто невозможно представить работу с читателями.

Прошедший год, ознаменованный пандемией, показал острую востребованность этих медиа-площадок, поскольку в период вынужденной самоизоляции именно социальные сети стали центральным информационным каналом для пользователей.

У Хакасской республиканской детской библиотеки уже накоплен определённый опыт общения с реальными и потенциальными пользователями через социальные сети. Первые попытки в этом мы предприняли ещё в 2013 году, зарегистрировавшись ВКонтакте. Не обладая в ту пору достаточным объёмом знаний и навыков, наполнением страницы занимались нерегулярно. Аккаунт в «Одноклассниках» раскрутить было несколько проще, скорее всего потому, что подход к подписчикам – коллегам, родителям, педагогам был более понятен для администратора страницы. Затем мы зарегистрировались в Facebook и уже сравнительно недавно, в 2018 году попробовали свои силы в Instagram.

Остановлюсь на наполнении наших страничек.

**ВКонтакте.** Целевая аудитория – подростки и юношество. **Популярный контент у подписчиков**: видеоматериалы; тематические обзоры литературы; рассказы об экранизациях; конкурсно-игровые задания; опросы; рейтинги; лайфхаки; литературные гороскопы; календари дат и праздников; творческие мастер-классы; литературные цитатники; челленджи. [«Страна Читалия» Хакасская РДБ](https://vk.com/stranachitalya) (режим доступа: <https://vk.com/stranachitalya>).

**Одноклассники** востребованыу взрослых пользователей: библиотекарей, учителей, воспитателей, родителей. **Популярный контент**: видеоматериалы; методические консультации и рекомендации специалистам по работе юными читателями; семейное чтение; психология детства; календарные литературные и исторические даты; рекомендательная библиография; организация детского познавательного и творческого досуга и др. [«Страна Читалия» Хакасская РДБ](https://ok.ru/profile/540471041533) (режим доступа: <https://ok.ru/profile/540471041533>).

**Facebook** используется для привлечения взрослой и юношеской аудитории, специалистов. **Популярный контент:** видеоматериалы; семейное чтение, календарные литературные и исторические даты; тематические обзоры литературы; реклама книг; разноплановые методические рекомендации; событийные рассказы, материалы, основанные на информации журнала «Страна Читалия» и др. [«Страна Читалия» Хакасская РДБ](https://www.facebook.com/Strana.chtitalia) (режим доступа: <https://www.facebook.com/Strana.chtitalia>).

**Instagram.** Популярнейшая площадка для привлечения разновозрастной аудитории. **Популярный контент:** фото и видеообзоры литературы; календарные литературные и исторические даты; реклама книг; событийные рассказы, челленджи, сторис и др. [«Страна Читалия» Хакасская РДБ](https://www.instagram.com/stranachitaliia/) (режим доступа: <https://www.instagram.com/stranachitaliia/>).

Социальные сети стали для нас местом, где библиотека может не только продвигать себя, свои услуги и привлекать новых читателей, но и получать обратную связь, наладить конструктивный диалог с пользователями.

Социальные сети – это область, которая постоянно изменяется, и мы тоже не должны быть статичными. Нужно всегда «держать руку на пульсе», быть в курсе новинок, изменений и трендов соцсетей. Ведь успех в конечном итоге зависит не от выверенных шагов и экспертных советов, а от того, насколько хорошо мы смогли раскрыть свои ресурсы, вызвать доверие к себе и своей библиотеке, заинтересовали индивидуальным подходом и личностным отношением к делу.

Поэтому 2020 году мы пересмотрели подход к организации работы в аккаунтах:

* структурировали посты через введение рубрик (например: «Путешествуем по интересным местам Хакасии», «Книжные новости», «Это интересно! Экранизации известных книг», «В этот день…», «Читаем вместе. Советы родителям», «День рождения у писателя», «Книжный факт», «Юбилейная книга», «Навстречу Великой Победе» и мн.др.);
* увеличили количество постов в 2-3 раза;
* пересмотрели содержание контента (чередование информационной, познавательной и развлекательной информации);
* в большей степени стали применять хэштеги, в том числе, ставших популярными во время карантина (#яостаюсьдома #лучшедома #нескучныйкарантин #вместесбиблиотекой и пр.);
* использовали новые приёмы в стимулировании читательской активности (организация челленджей: #ВКонтактесПушкиным #чтениекакобразжизни #япомнюягоржусь и т.д.)

Как и любая другая деятельность в библиотеке, работа в соцсетях нуждается в оценке эффективности. Анализ качественных и количественных показателей работы в виртуальных площадках, изучение предпочтений подписчиков, обсуждение эффективности своих действий – всё это поможет в определении дальнейших планов и перспектив развития в этом направлении.

К сожалению, даже в век информатизации, есть немало противников социальных сетей. Не стоит отрицать важность соцсетей в настоящее время. Необходимо увидеть и воспользоваться всеми возможностями, которые они предлагают.

Однако все больше библиотек приходят к тому, что страницы в социальных сетях могут значительно повысить эффективность деятельности библиотек, а, следовательно, необходимо постоянно работать над тем, чтобы сделать их более популярными среди читателей и потенциальных пользователей библиотеки.