

Работа библиотеки в социальных сетях
Консультация-дайджест

В интернете провинции нет!
Е. Василькова

Современные библиотеки, признавая популярность социальных сетей среди читателей, организуют страницы библиотеки, группы по интересам в различных социальных сетях. Многие библиотеки Омска и Омской области уже ведут эту работу.

Задача консультации-дайджеста – дать возможность специалистам библиотек муниципальных районов Омской области, которые только начали или собираются начать работу по продвижению своей библиотеки в социальных сетях, познакомиться с уже существующим опытом работы библиотек.

В сети Интернет и профессиональных периодических изданиях можно найти множество публикаций библиотечных специалистов, имеющих опыт работы в социальных сетях. Для консультации-дайджеста отобраны фрагменты публикаций, дающие ответы на следующие вопросы:

- Что такое социальные сети?
- Зачем библиотеке нужны социальные сети и нужны ли они вообще?
- Чем характерна каждая из популярных социальных сетей и какую социальную сеть выбрать?
- С чего начать и что делать?
- Как сформировать страницу библиотеки в соцсетях?
- Как писать тексты для социальных сетей?
- Какие документы о работе в соцсетях библиотеке необходимо разработать?

Кроме того, в дайджесте приведен ряд примеров удачных библиотечных проектов, организованных в социальных сетях специалистами отечественных и зарубежных библиотек, а в приложении дана статья «Детские библиотеки муниципальных районов Омской области в социальных сетях – 2015».

Фрагменты публикаций снабжены активными ссылками.

Консультация-дайджест сопровождается перечнем ссылок на источники, использованные для подготовки текста и алфавитным указателем авторов публикаций.

Что такое социальные сети?

«**Социальная сеть** – [платформа](#), [онлайн-сервис](#) и [веб-сайт](#), предназначенные для построения, отражения и [организации социальных взаимоотношений](#) в [Интернете](#)»

https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть

Зачем библиотеке нужны социальные сети и нужны ли они вообще?

И.Н. Огнева отвечает на этот вопрос в статье «Библиотека и социальные медиа», размещенной в блоге «Библиомания».

Зачем библиотеке создавать группу в социальных сетях?

- У вас появится возможность заявить о себе крупнейшей аудитории.
- Группа в социальной сети – это прямое общение с читателями. Станьте к нам ближе, общайтесь с ними! Возможно, они станут вашими друзьями и партнерами. Социальные сети разрушают грани – это их главное достоинство.

- 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.

http://bibliomaniya.blogspot.ru/2011/08/blog-post_05.html

Н. М. Свергунова в статье «Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде» анализирует публикации коллег по теме, рассматривает вопросы целесообразности и эффективности деятельности библиотек в блогосфере и социальных сетях. Статья опубликована в журнале «Научные и технические библиотеки», в №5 за 2016 год, с. 52 – 58.

Несомненно, дети, подростки и взрослые люди много времени проводят в интернете. Но для того чтобы привлечь их в библиотеку, необходимо не отказываться от рекламы книг, мероприятий и другой библиотечной деятельности в социальных медиа, а, наоборот, активизировать её.

Чем чаще человек будет видеть в интернете информацию о деятельности библиотек, чем интереснее и актуальнее она будет, тем больше вероятность того, что он станет пользователем библиотеки или хотя бы подписчиком в блогах или социальных медиа. Непременное условие этого – наполнение сайта библиотеки, блога и страницы в социальных сетях увлекательным контентом, содержащим исследовательские статьи, ссылки на другие ресурсы, викторины, конкурсы, видео- и фотоматериалы. Всё это является мощным инструментом привлечения пользователей в библиотеку, повышения её имиджа, продвижения чтения. Задача библиотеки заключается в том, чтобы человек не просто блуждал по интернету, а как можно чаще посещал именно библиотечные представительства в сети, черпал на этих страницах полезную, интересную, достоверную информацию, включался в диалоги с библиотекарями, постоянными пользователями и случайными посетителями, оставляя комментарии к постам, высказывая свои суждения по различным вопросам. Чем активнее мы будем рекламировать сетевую деятельность библиотеки в процессе реального общения с читателем, тем выше будет мотивация посещать библиотечные сетевые ресурсы. А чем чаще пользователь будет видеть интересную информацию о фондах библиотек, конкурсах, презентациях и других мероприятиях, тем больше вероятность того, что у него появится желание посетить библиотеку.

Довольно часто можно слышать сетования на то, что молодое поколение не умеет грамотно выражать свои мысли, причём как в устной, так и в письменной форме. Комментарии в библиотечных блогах могут служить обучающим инструментом. Если при общении с друзьями в различных мессенджерах пользователь позволяет себе допускать ошибки, оправдывая себя тем, что это личная переписка, не доступная широкому кругу лиц, то в библиотечных блогах он будет стараться выразить свои мысли грамотно. Примером для пользователя могут служить посты и комментарии, опубликованные библиотечными специалистами. Здесь же можно размещать и различные образовательные тесты.

Реклама книг в интернете – необходимая составляющая библиотечной деятельности. До появления глобальной сети, выбирая произведения для чтения, мы полагались на мнения друзей, близких, библиотекарей. И сейчас для нас по-прежнему ценно мнение окружающих. Поэтому организация дискуссий по поводу прочитанных книг, рекомендации библиотекарей, размещение буктрейлеров, цитат из произведений, ссылок на электронные библиотеки и различного рода сервисы, позволяющие подобрать книгу по душе, – необходимый атрибут страниц библиотек в социальных медиа.

Процесс включения библиотек и вовлечения пользователей в сетевую библиотечную деятельность довольно длительный. Чтобы эта деятельность принесла положительные результаты, она должна быть целенаправленной, систематической. Не следует отступать от намеченных целей, даже если на определённом этапе не достигнуто положительных результатов. Интернет занимает значительное место в жизни каждого из нас, следовательно,

библиотеки должны использовать все имеющиеся у них возможности для того, чтобы заинтересовать пользователя, установить с ним диалог, привлечь его в библиотеку, в том числе в блогосферу и социальные медиа.

file:///C:/Users/GT/Desktop/21июняСоцСетиКонсультация/полезноNTB5_2016_A5_4.pdf

В слайд-презентации Екатерины Васильковой «Библиотека в соцсетях. Первые шаги» цели работы библиотеки в социальных сетях сформулированы таким образом:

«Мониторинг потребностей пользователей; Обратная связь; Продвижение библиотечных услуг; Формирование лояльного отношения к библиотеке»

А на вопрос «Зачем библиотеке нужны социальные сети?» в слайд-презентации дается следующий ответ: «Формировать своего читателя; Проводить опросы, конкурсы; Приглашать на мероприятия библиотеки; Консультировать и рекомендовать; Знакомить с новыми поступлениями; Делиться новостями; Находить экспертов и партнеров для проектов и др.»

<http://www.slideshare.net/ssuser198d40/ss-28452831>

Чем характерна каждая из популярных социальных сетей и какую социальную сеть выбрать?

В статье И.Н. Огневой «Библиотека и социальные медиа», размещенной в блоге «Библиомания», дается характеристика социальных сетей.

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 готовы общаться и делиться информацией. Наиболее посещаемые россиянами социальные сети — «Одноклассники» и «Вконтакте».

«Одноклассники» – социальная сеть, позволяющая найти и восстановить общение с бывшими одноклассниками, однокурсниками, выпускниками, друзьями школьных и студенческих лет, приятелями и знакомыми. Сервис для нахождения новых друзей и знакомых с множеством анкет людей, которые смогут разделить общие интересы, хобби и увлечения. Дает возможность виртуального общения, просмотра фотографий и назначения реальных встреч.

В «Одноклассниках» существуют **библиотечные группы**, в которых библиотекари обсуждают свои общие профессиональные проблемы, делятся впечатлениями о конференциях, обсуждают последние новости в библиотечном мире, находится место и для юмора. Существуют и группы, представляющие отдельные библиотеки, например, Хасавюртовская центральная городская библиотека.

«Вконтакте» изначально позиционировал себя в качестве социальной сети для студентов и выпускников российских ВУЗов, затем – как универсальный способ связи для всех социальных групп и возрастов. Здесь предусмотрены создание групп по интересам, загрузка фотографий, аудиозаписей и видео, обсуждения, заметки, возможность создавать и использовать приложения и т.д. Эту сеть чаще всего библиотеки используют для создания своих групп, где публикуют новости, знакомят с новыми поступлениями, оперативно отвечают на вопросы пользователей, проводят опросы. Количество групп растет буквально на глазах – **«Библиотеки и библиотекари Вконтакте»**. Для развития сотрудничества между ними создана группа «Кольцо библиотечных групп». Наша группа «Вконтакте» «Библиомания (г. Арзамас)» в июне насчитывает 531 участника. На сегодняшний день в группе открыто 40 тем, среди которых «Скоро в библиотеке», «Любителям любовных романов», «27 книг, которые надо прочитать до 27 лет», «Книга, которая меняет мировоззрение», «Какую книгу Вы бы посоветовали другим?» и др. Практика показывает, что наибольший интерес вызывают дискуссионные темы («Какой (какие) из поступков литературных героев Вы хотели бы совершить?», «5 книг, которые я терпеть не могу!») и игры («Ответь на вопрос с помощью книги, которую читаешь», «Ассоциации»). Почти все аудио и видеозаписи в альбомах связаны с

книгами («Книгофильмы», «Вспомним о войне», «Что читать?»). Альбомы группы позволяют разместить огромное количество фотографий (у нас в 36 альбомах находится 1222 фотографии), которыми можно делиться с участниками. Эту возможность мы уже неоднократно использовали при общении со своими партнерами и посетителями массовых мероприятий.

Самая популярная социальная сеть в мире – социальная сеть «Фейсбук». Она имеет бесплатные сервисы, игры, группы, возможность общаться с друзьями и выкладывать свои фотографии. В России за последний год она показывала ошеломляющие темпы роста. Пока «Фейсбук» не конкурент «Вконтакте» по охвату аудитории, но у нее есть своя ниша. Многие из российских пользователей – так называемые «early adopters» (те, кто первыми пробуют все новое).

На Фейсбуке можно создать группу или страницу. Группы лучше использовать для организации краткосрочных нерегулярных событий, например, обсуждения или проведения мероприятия. Страницы больше подходят для долгосрочных проектов, например, представительства библиотек. Наши американские 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 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.

Фейсбук последнее время [активно осваивается](#) российскими библиотеками, которые создают страницы, например, «Архангельская областная научная библиотека им. Н. А. Добролюбова», «Научно-методический отдел РГДБ», «Школьные библиотеки г. Новоуральска Свердловской области», «Ашукинская библиотека» (городская библиотека-филиал МИКПУ «ЦБС Пушкинского муниципального района Московской области»). Мы ведем две страницы:

- «Централизованная библиотечная система г. Арзамаса» – официальное представительство МУК ЦБС;

- «Библиомания» – для библиотекарей, которым интересны не только книги.

«Мой мир» – русскоязычная социальная сеть, соединяющая на странице пользователя действия на основных порталах Mail.ru. Как и в других социальных сетях, задача проекта «Мой мир» – помощь в поиске знакомых, коллег, друзей и родных. Здесь можно общаться с помощью личных сообщений, дарить друг другу виртуальные подарки, выражать эмоции, размещать свои фотографии и видеоролики, иметь личный блог и читать блоги других участников, загружать песни и слушать музыку. Библиотечные группы здесь представляют сообщества библиотекарей, но в качестве пользователей зарегистрировано множество библиотек, например, «ЦРБ им. Пушкина», «МУ Библиотека г. Бакала», «Онежская библиотека».

http://bibliomaniya.blogspot.ru/2011/08/blog-post_05.html

С чего начать и что делать?

Несколько советов о том, с чего библиотеке начать работу в социальных сетях дается в статье И.Н. Огневой «Библиотека и социальные медиа», размещенной в блоге «Библиомания».

... Несколько советов, как начать свое продвижение в социальных медиа.

- 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.
- Разработайте концепцию (примерный перечень тематических разделов для страницы, частота наполнения, использование аудио-видеоматериалов, примерный «редакционный план» на первые месяц-два работы).
- Подберите базовую 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 разобрано неискушенному читателю. Разъясняйте все, что нужно и можно разъяснить и объяснить.

И запомните – если вас нет в социальных медиа, значит, там есть кто-то другой.

http://bibliomaniya.blogspot.ru/2011/08/blog-post_05.html

Слайд-презентация «Публичная библиотека в социальных сетях. Быть там, где читатель» Вадима Москалева содержит рекомендации по работе в Фейсбуке.

Аудитория социальных сетей растет настолько стремительно, что слайд со статистикой в презентации становится не актуальным уже на следующий день :)

Какие задачи хотим решить?

Необходимо четко сформулировать задачи, которые мы хотим решать. Хороший план – половина успеха. Надо четко понимать, чего мы хотим, например:

- Привлечь читателей
- Увеличить количество посещений мероприятий
- Развить новые проекты и направления деятельности
- Продвинуть библиотеку в информационном пространстве

Каждая из этих задач имеет собственное решение.

Какая аудитория

Изучите аудиторию социальной сети;

Определите, какая ее часть или части вам интересны;

Решите, как будете с этой аудиторией работать.

Кто будет этим заниматься?

Это очень важный вопрос. Создать страницу и опубликовать на ней что-то – это 1% всей работы, которая предстоит. Вернее, это видимая часть айсберга;

Вам придется заниматься следующим:

- Постоянно думать что делать и как это делать :)
- Поддерживать актуальность всей информации и своевременно и регулярно публиковать новую, а, соответственно, и готовить ее для публикации (copy/paste с сайта вам не хватит);
- Общаться с пользователями;
- Привлекать новых пользователей;
- Постоянно анализировать статистику;
- Проводить разнообразные мероприятия для популяризации библиотеки, чтения, страницы и т.д., одним словом «зажигать»;
- Анализировать все, что происходит вокруг, как в соц. сети, так и за ее пределами.
- И многое-многое другое...

Размещение начального контента

К моменту создания страницы у вас должен быть подготовлен весь материал, который планируется разместить:

- Информация о библиотеке
- История
- Картинки и т.д.
- И никаких «Раздел в разработке» или «Здесь скоро будет...»!

Информация должна быть полезной и актуальной.

Публикуйте новости 2–3 раза в день, регулярно

Обеспечьте полноту публикаций

Публикуйте именно для страницы

Имеющаяся информация должна быть актуальной!

Если вы создали страницу, то первая новость должна появиться уже к обеду сразу же, этим же утром.

Публикуйте новости регулярно:

- Мероприятия публикуйте **заранее**, за 3–4 дня можете о наиболее интересных напомнить;
- Не надо раз в месяц вываливать всю афишу, публикации должны появляться по мере их актуализации;
- Публикуйте все из того, что решили публиковать. Если вы публикуете информацию о мероприятиях, посетитель должен быть уверен, что не пропустит ничего, если подпишется на вашу страницу. И ему не надо будет лазить на сайт «а вдруг вы чего забыли выложить в Facebook»
- Публикуйте именно для страницы, а не просто копируйте один к одному с сайта. И помните, лица, являющиеся владельцами соответствующих регистрационных данных в социальной интернет-сети «Facebook» пользователи соц. сетей привыкли к неофициальному языку общения.
- И, конечно, же информация должна быть актуальной.

Активно приглашайте друзей. Отдельно приглашайте друзей на наиболее интересные мероприятия.

Публикуйте фото и видео

Обмен ссылками

Ставьте тематические ссылки на свою страницу

Используйте перекрестные ссылки в совместных проектах

Ссылки на другие страницы должны быть полезными

Ищите партнеров.

<http://metod.library.karelia.ru/files/328.pdf>

В публикации «Библиотеки в социальных медиа: опыт, ошибки, инструменты» Екатерина Василькова дает советы о работе в социальных сетях, основанные на успешном опыте работы библиотекарей-практиков.

Не написаны еще учебники о библиотечной работе в среде соцмедиа, наше библиотековедение оказалось не готово к такому повороту событий. Но есть пример и опыт дерзновенных библиотекарей-практиков, которые делятся своими советами.

Вот что они рекомендуют:

- Отнеситесь к этому делу как к проекту, с целями и задачами, сроками и этапами, руководителями и ответственными.
- Разработайте концепцию.
- Выберите площадку для работы (блог, страница или группа в социальной сети, видеоканал на YouTube и т.д.)
- Придумайте стиль.

От себя добавлю: До создания своих ресурсов побудьте сначала гостем в библиотечных блогах, группах в соцсетях. Сразу станет ясно, каких компетенций вам не хватает для онлайн-

работы. Работа в соцмедиа очень ответственна, т.к. создает имидж библиотеки. Нет ничего печальней в Интернете, чем заброшенный библиотечный блог. Ошибка думать, что работа в соцмедиа бесплатна. Действительно зарегистрироваться в соцсетях не стоит денег, но, сколько эта работа потребует кадровых и временных ресурсов, об этом не стоит забывать.

Конечно, соцмедиа не решат все наши проблемы, но:
- во-первых, решения этих проблем можно эффективно находить, обсуждая их в Сети с коллегами и экспертами, преодолевая географическую изоляцию;
- во-вторых, решения этих проблем можно эффективно находить, обсуждая их в Сети (самое главное) с пользователями библиотек, для которых, собственно, библиотеки и работают.

Ошибка, ждать немедленного результата и существенного притока новых читателей от этой работы. Опираясь на мировую статистику можно сказать, что превращения пользователей интернет-сообществ в потребителей услуги составляет 1 %. Зачем же тогда идти в соцмедиа? За лояльностью, за новым имиджем, за партнерами! Присутствие библиотек в соц. сетях – это в первую очередь инструмент пиара. Думаю, что сомнения, работать нам в социальных медиа или нет, уже отпали. Вопрос в том, насколько хорошо мы будем это делать.

http://kuglib.ru/load/interesnoe/o_bibliotekakh_i_bibliotekarjakh/biblioteki_v_socialnykh_medi_a_opyt_oshibki_instrumenty/11-1-0-838

Слайд-презентация «Продвижение библиотеки в социальных сетях» подготовлена Н.А. Валишевой на основе интернет-публикаций и публикаций в профессиональной периодике И.Н. Огневой, А. Федорова, Е. Шибяевой, И.В. Юрик.

ВОПРОСЫ, НАД КОТОРЫМИ НЕОБХОДИМО ЗАДУМАТЬСЯ БИБЛИОТЕКЕ ПРЕЖДЕ, ЧЕМ СОЗДАТЬ ГРУППУ В СОЦСЕТЯХ. Кто является целевой аудиторией вашей библиотеки? В чем будет состоять ценность представительства для вашей целевой аудитории? Есть ли у библиотеки контент для сообщества (фото, интересные заметки нерекламного характера, видеоролики...)?

ЭТАПЫ СОЗДАНИЯ ГРУППЫ. Назначить человека или рабочую группу для создания и ведения группы (1–2 чел.). Определить потенциальную аудиторию, выбрать соответствующую социальную сеть. Выбрать вид странички (коллективная или индивидуальная) и определить характер подаваемой информации. Разработать образ (если страничка заполняется от имени виртуального персонажа). Зарегистрироваться в сети. Заполнить страницу. Добавить первых друзей, вступить в группы.

ВЕДЕНИЕ ГРУППЫ. Наполнение страницы новым материалом. Если целью страницы было информирование о мероприятиях, нужно делать это оперативно, фотографии с прошедших встреч выкладывать желательно в этот же день. Общение. Простого создания страницы в соцсети и расширение круга друзей недостаточно. Необходимо с этими людьми установить контакт. И здесь нужно соблюдать осторожность.

ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. Длинные нечитабельные тексты-«простыни». Неуместность и несоответствие контента сообществу. Отсутствие живых представителей с лицами, именами и чувствами. Публикации, вместо диалога и развлечения аудитории. Некорректная работа с комментариями и дискуссиями. Прямое навязчивое предложение без построения отношений с аудиторией. Сухой, несобытийный стиль подачи информации. Орфографические ошибки!!! Качество фотографий!!!

ВЕДЕНИЕ ГРУППЫ. Добавляйте новых друзей. Отвечайте на проходящие запросы о добавлении в друзья. Если есть желание со своей стороны приглашать в Друзья незнакомых людей, делать это нужно постепенно и избирательно, обращая внимание на совпадение интересов и возможность установления контакта. Ищите интересные темы для обсуждения, вовлекайте участников группы в разговор. Организуйте конкурсы для вовлечения пользователей и привлечения новых участников среди их друзей. Поздравляйте участников

группы «С Днем рождения!». Пишите на их стене поздравления, используя книжно-библиотечные темы и прикрепляйте в подарок изображения. Отмечайте на фотографиях и видео ваших читателей. Добавьте интересные фото и видео со ссылками в описании на вашу группу в тематически близкие сообщества.

КРИТЕРИИ АКТИВНОСТИ ГРУППЫ. Посещаемость. При нормальной вовлеченности пользователей группу ежедневно посещают 1–3% от всех участников (поэтому библиотечные группы из 10-12 человек – это несерьезно). Количество тем и сообщений в обсуждениях. Ведь в группу вступают прежде всего для того, чтобы общаться. Количество сообщений на стене, на которой не только администраторы, но и пользователи могут выкладывать фото, аудио, видео, задавать вопросы, делиться информацией, спрашивать или спорить. Частота новых сообщений, количество комментариев к записям и «лайков». Комментарии к фото и видео, количество «лайков». Участие в опросах.

<http://www.slideshare.net/LabraryNMO/ss-30383461>

Как сформировать страницу библиотеки в соцсетях?

А.О. Федоров в публикации «Продвижение библиотек в социальных сетях» предлагает концепцию страницы библиотеки в социальных сетях.

При разработке концепции страницы многие библиотеки, как правило, опираются на собственное представление о том, что может быть интересно посетителю, полагаются на опыт и обширный круг знакомств, который активно используют.

Зарегистрировав на Facebook, например, сообщество «Российская государственная библиотека», авторы описывают библиотечную жизнь изнутри. Причём описывают без всякого официоза, с дружеской интонацией, юмором, иногда иронией и самоиронией и, конечно, от первого лица. Зашедший на страничку пользователь может быть уверен, что говорит именно с теми, кто искренне считает, что это место стоит посещать и даже любить. Это важно. Ведь искренняя убежденность всегда и заразительна, и притягательна. «Мы всегда тут, мы постараемся, чтобы вам было хорошо, мы вас ждём и будем рады вас видеть» – таков искренний посыл. **Нужно не приглашать посетить библиотеку, надо позвать в гости.**

<http://www.unkniga.ru/biblioteki/bibdelo/724-2012-11-16-08-36-51.html>

В слайд-презентации «Библиотеки и библиотекари в социальных сетях: как и зачем» Е.А. Шибаева дает советы начинающим работу в социальных сетях.

Как оформить?

Понятное, узнаваемое название. Не рекомендуется использовать: непонятные аббревиатуры, общие названия.

Краткий адрес страницы (и группы), а также ее название НЕЛЬЗЯ менять, если у страницы более 100–200 почитателей. В информации – расшифровать полное название, официальный сайт и другая информация

ОБЯЗАТЕЛЬНО: Указать город (и другие отличия местности, если необходимо). Адрес . Телефон. Время работы

НАПОЛНИТЕ свою страницу содержанием!!!

Дата создания библиотеки (веха, ключевое событие). Важные события. Последние проведенные выставки с фотографиями (фотоальбом). Несколько записей о новых поступлениях. Несколько архивных записей на ту тему, которую Вы решили сделать главной для своей страницы

Пригласите своих коллег! Пригласите сотрудников вашей библиотеки. Внесите изменения по их рекомендациям. Попросите отметить лайками некоторые посты. Постарайтесь заинтересовать их своей страницей и стать Вашими соавторами. Разделите между собой роли и зоны ответственности!

Что использовать для отчетности? Для внешних (реклама, руководство и т.п.):
Отметки «мне нравится» страницы. Возможно: Охват в месяц. В 6-нк НИЧЕГО не идет.
Для оценки своей эффективности: Комментарии. Перепопсы (особенно – если с комментарием).
Лайки публикаций. Охват.

Не исчисляемые показатели: Оперативность ответа, реакция на каждое сообщение, атмосфера, настрой комментаторов и т.п.

<http://www.slideshare.net/shikate/131109-social-mediaseminarshikate>

Как писать тексты для социальных сетей?

Слайд-презентация «Библиотека в Сети. Что? Где? Зачем?» содержит рекомендации и выводы о позиционировании библиотеки в сети Интернет, сформированные в результате совместной работы на заседании секции НМР в рамках Конференции НБП «Кузбасские библиотеки». Координатор и составитель Н.Л. Майнгардт.

Социальные сети «не приветствуют»

- Длинные тексты-«простыни»
- Неуместность и несоответствие контента сообществу
- Публикации вместо диалога (игры) с аудиторией
- Некорректные комментарии или ответы, склочные дискуссии
- Непонимание технологии яркого анонсирования материалов
- Отсутствие ярких интересных изображений
- Безжизненный, унылый стиль подачи информации
- Несобытийность информации
- Злоупотребление ссылками (вместо эксклюзивной информации и материалов)
- Копирование новостей с сайта
- Приставание и навязывание вместо построения отношений с аудиторией
- Неестественные и льстивые комментарии
- Публикации, без возможности дополнений участников общения
- Фокусировка на продуктах и услугах, а не людях

Примеры публикаций в соцсетях:

Пишем на тему «18 ноября День рождения Деда Мороза» ВКонтакте

«Люблю Новый год! Люблю подарки и ... ЁЛКУ! Огорчает одно – жалко губить зеленое чудо в угоду нескольким праздничным дням. Но есть прекрасное решение – экологическая ёлка, сделанная собственными руками. В импровизированном парке в Кемеровской областной научной библиотеке вас ждут великолепные новогодние красавицы из подручных материалов: бумаги, ткани, шишек, старой бижутерии. Масса идей и вдохновения!

<http://lib42.ru/storage/documents/page/261/13865764349279.pdf>

Какие документы о работе в соцсетях библиотеке необходимо разработать?

В статье Н.М. Свергуновой «Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде», опубликованной в журнале «Научные и технические библиотеки», в №5 за 2016 год, с. 52 – 58, ставится проблема необходимости разработки документов, регламентирующих работу библиотеки в социальных сетях

Сейчас каждая библиотека ведёт эту работу «на свой страх и риск». Как правило, ответственность перед коллегами и пользователями за создание и ведение блогов и страниц в социальных сетях берут на себя руководители библиотек, несмотря на то, что наполнением контента занимаются библиотечные специалисты, имеющие разные должности и квалификацию. Зачастую работа ведётся методом проб и ошибок, решения принимаются по

найтию или на основе опыта других библиотек. В связи с этим крайне необходимо разработать на высшем уровне документы, содержащие ответы на многие вопросы, среди которых: какие документы должны регламентировать деятельность библиотеки в соцмедиа на разных уровнях; какие цели должна преследовать библиотека, работая в социальных сетях; каким должен быть контент и как часто должна обновляться информация; каким должен быть уровень квалификации сотрудников, ведущих блоги и страницы в социальных сетях; необходимо ли для этой работы выделять специальную ставку или достаточно возложить на какого-либо сотрудника дополнительные обязанности; как осуществлять планирование деятельности этих сотрудников (в количественном и временном отношении); каковы критерии оценки эффективности проводимой работы; из каких средств и в каком объеме осуществлять доплаты сотрудникам за работу в социальных медиа. Это далеко не полный перечень актуальных вопросов, требующих незамедлительного решения.

<file:///C:/Users/GT/Desktop/21июняСоцСетиКонсультация/полезноNTB5 2016 A5 4.pdf>

Слайд-презентация Е.А. Шибяевой «Как организовать работу библиотеки в социальных медиа. Примеры и рекомендации» предлагает перечень документов, регламентирующих работу библиотеки в социальных сетях.

Распорядительные документы. Приказ о создании Представительства. Включение в план работы. Элементы в должностной инструкции.

Положение о работе в социальных медиа или Регламент работы в социальных медиа: Политика ответа на комментарии. Правила поведения сотрудников в социальных сетях. Ежедневный/еженедельный график работы и т.п.

ПРИКАЗ. Юридический документ. Подтверждает, за какие адреса библиотека готова нести ответственность. Определяет, кто отвечает за корректность данных на странице.

ЖЕЛАТЕЛЬНО: кнопки сетей на своем сайте

Должностная инструкция. Компетенции. Обязанности. Ответственность

Положение или Регламент: какие темы освещаются, кто за что отвечает, в какие сроки выполняет

Политика ответа на комментарии: Что имеем право удалять? Как быстро отвечать?

Еженедельный график: Планирование сообщений / отложенные посты. Какие темы ежедневно? Какие темы еженедельно? В каких случаях оперативно?

Пример: График работы во время #рба2015 <https://goo.gl/F0KEwp>

<http://www.slideshare.net/neconference/150517-48244942>

Цикл из трех статей Екатерины Васильковой «Библиотеки в соцсетях», опубликованный в №№ 3, 4, 5 журнала «Современная библиотека» за 2014 год – наиболее полная публикация по теме. Ниже приводятся ссылки на электронный вариант статей, с которыми, безусловно, стоит познакомиться всем библиотечным специалистам, которые работают или намереваются работать в социальных сетях.

https://docviewer.yandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fsb.litera-ml.ru%2Fassets%2Ffiles%2FFulltext%2F3-2014%2FVasilkova_3_2014.pdf&name=Vasilkova_3_2014.pdf&c=58728c6de3ed&page=1

file:///C:/Users/GT/Desktop/Василькова/Vasilkova_4_2014.pdf

file:///C:/Users/GT/Desktop/Василькова/Vasilkova_5_2014.pdf

Удачные библиотечные проекты в социальных сетях

К общероссийскому Дню библиотек в этой же сети /Фейсбук/ родилась идея акции «ФЛЕШБУК», цифрового отражения любимых книг на страницах соцсетей. Чтобы стать участником акции (она на сегодня продолжается), любой желающий может оформить аккаунт (страничку) в любой соц. сети на имя любой книги и пригласить на нее как можно больше друзей. В течение минимум 1 месяца знакомить их с книгой через фрагменты текста, иллюстрации, биографию автора, личные переживания и т.д. Ссылки на эти странички собираются в блоге-каталоге ФЛЕШБУК. По предварительным итогам в различных социальных сетях (ВКонтакте, Facebook, Одноклассники, Мой Мир и др.) и блогах появилось более 90 книжных страниц! Кроме библиотекарей в акции принимают участие студенты, писатели, издатели и др.

http://kuglib.ru/load/interesnoe/o_bibliotekakh_i_bibliotekarjakh/biblioteki_v_socialnykh_medi_a_opyt_oshibki_instrumenty/11-1-0-838

Сегодня библиотеки активно осваивают Интернет-пространство: ведут группы в социальных сетях, создают тематические блоги. Помогает ли сеть решить главную задачу любой библиотеки — привлечь аудиторию к чтению? Вот два успешных проекта американских библиотек, которые принесли им популярность и мотивировали зарегистрироваться новых читателей.

Нью-Йоркская публичная библиотека: Цитаты знаменитостей всегда привлекают внимание

Нью-Йоркская публичная библиотека – пример наиболее успешного использования социальных медиа. Ее аккаунты в сетях Facebook и Twitter в числе самых посещаемых и влиятельных блогов. Одна из последних кампаний, проведенная библиотекой в социальных сетях, за месяц увеличила число держателей абонементов на 35%. В чем секрет?

Каждый год в сентябре в США проходит Месяц библиотечного абонемента (National Library Card Sign-up Month). Цель кампании напомнить родителям и детям, что библиотечный абонемент — важнейшее дополнение образовательного процесса. Не имея в своем распоряжении крупных рекламных бюджетов, библиотекам нелегко донести до публики эту мысль. Нью-Йоркская публичная библиотека решила провести информационную кампанию в социальных сетях, чтобы мотивировать аудиторию записываться и посещать в библиотеку. Подписчиками ее каналов на Facebook, Twitter, Tumblr, Google+ и Pinterest являются более 550 тысяч человек, но одной из важнейших задач было и привлечение новых читателей.

Идея. На протяжении нескольких лет библиотека анализировала ежемесячные отчеты о вовлечении аудитории в социальных медиа. Маркетологи заметили: единственное, что неизбежно привлекает внимание публики, — это цитаты знаменитостей. Поэтому было решено построить маркетинговую кампанию на вдохновляющих цитатах известных людей, посвященных библиотекам и чтению.

«Многие писатели и другие знаменитости не раз упоминали в интервью о своей любви к библиотекам и той роли, которую сыграли библиотеки в их детстве, – говорит глава рекламного отдела Нью-Йоркской публичной библиотеки Анжела Монтефиниз (Angela Montefinise). – Мы решили, что цитаты известных людей могут стать тем идеальным способом, который донесет до аудитории нашу мысль о том, как важно записаться в библиотеку. Ведь так много знаменитостей любят библиотеки и любят читать».

Знаменитости. В списке знаменитостей, которым предложили участие в этой кампании, — писатели, актеры, другие значительные фигуры Нью-Йорка. Рекламный отдел искал цитаты людей, которые ранее выражали поддержку библиотекам, однако значительная часть материала стала уникальной. Например, сотрудникам удалось побеседовать с режиссером Вуди Алленом. А цитата поэтессы Майи Анжелу (Maya Angelou), ставшая третьей по популярности в этой кампании («В каком бы городе я ни оказалась, верно одно: если я могу

пойти в библиотеку, я в порядке»), была найдена в интервью, которое она давала библиотеке год назад.

Дизайн. Для демонстрации цитат разработали особые «открытки», отвечающие эстетике социальных медиа. В цветовой гамме использовали официальные цвета библиотеки. На каждой такой веб-открытке рядом с цитатой поместили логотип библиотеки, приглашение зарегистрироваться и ссылку на страницу регистрации. Пиар-отдел подготовил 30 цитат, которые публиковались по одной каждый день на протяжении месяца, именно столько длилась кампания.

Результаты. Каждый пост вызвал около 238 действий. Интересно, что, несмотря на то, что подписчики в Facebook составляют около 12% от общего числа подписчиков библиотеки во всех социальных сетях, именно они совершали около 70% действий.

Но самый важный результат кампании — рост числа владельцев библиотечного абонемента. Количество уникальных просмотров страницы регистрации увеличилось на 34%, а зарегистрировались на 35% читателей больше, чем в среднем каждый месяц.

Популярная цитата. Наибольшую поддержку получило высказывание писателя и сценариста Нила Геймана (Neil Gaiman): «Google даст вам 100 тысяч ответов, библиотекарь даст один правильный».

Кампания подтвердила, что цитаты известных людей повышают вовлечение аудитории в социальных медиа. Но самое важное, признаются библиотекари, она дала понять, что социальные медиа могут влиять на ключевые показатели библиотечной деятельности (такие как количество абонементов), и надеются, что смогут повторить этот успех в будущем, в проектах по привлечению средств.

<http://libinform.ru/read/foreign-experience/Biblioteki-v-sotcialnyh-media-uspeshnye-proekty/>

Библиотеки в социальных сетях: 5 практик

Библиотекари отмечают: если еще несколько лет назад большинство читателей приходили на сайт библиотеки по ссылке, найденной поисковой системой, то сейчас в основном — из социальных сетей. Библиотечная блогосфера проходит период самоидентификации. Библиотекари пытаются отыскать свои пути в социальных медиа и способы, которыми они смогут воздействовать на читателей. Какие идеи помогают заинтересовать аудиторию?

Библиотека им. Н. В. Гоголя: отзывы поклонников. ... Отзывы и рекомендации пользователей - важный метод продвижения в социальных сетях, которым советуют пользоваться маркетологи. Они создают ощущение всеобщего интереса к организации и вызывают желание приобщиться к процессу. Конечно, модное оформление — бесспорное преимущество этой библиотеки: читателям трудно устоять перед желанием сделать несколько удачных кадров в ее ярких стенах. Сама демонстрация вовлеченности читателей помогает привлечь к библиотеке больше внимания.

Другие популярные публикации в ленте — рекомендательные списки для чтения («11 книг, которых хватит на лето», «20 книг, которые родители должны прочитать детям», результаты опроса «Какая книга произвела на вас наибольшее впечатление?»), — все это говорит о том, что читатели хотели бы видеть библиотеку в качестве литературного гида.

Рязанские детские библиотеки: рекомендательные списки литературы

«Чтение — фитнес для ума» — официальная группа Централизованной системы детских библиотек Рязани, состоящей из одиннадцати филиалов. Интересный факт: средняя активность читателей в группе ВКонтакте Рязанских детских библиотек и группе Российской государственной библиотеки примерно одинакова, при том, что у первой около 3 тыс. подписчиков, а у второй — почти 30 тыс. Чем же вызван такой интерес читателей к рязанской библиотеке? В ее новостной ленте — анонсы мероприятий, викторины, но главное — рекомендательные списки для чтения.

В сфере детской литературы потребность читателей в квалифицированных рекомендациях особенно велика. В раннем возрасте книги выбираются по желанию (а не в соответствии с учебной или рабочей необходимостью), поэтому родители маленьких

детей нуждаются в том, чтобы их сориентировали в потоке литературы. Для них на странице библиотеки публикуются авторские подборки, издательские и тематические серии.

По реакции подписчиков видно: публикации о мероприятиях такого внимания публики не привлекают. Современное обилие информации и дефицит времени порождают запрос аудитории на компетентные рекомендации: от библиотекаря ждут советов о том, что заслуживает чтения, в первую очередь из современной литературы. Это требует от специалистов умения разбираться в литературных трендах и поддерживать соответствующий уровень коммуникации с читателем. По сути, аудитория ждет, что библиотека будет воспитывать литературные вкусы.

Библиотечная система г. Кургана: виртуальный персонаж

Блог «История кошки Маякошки» – проект Библиотечной информационной системы города Кургана. Кукла Маякошка, символ библиотеки, живет и в реальном, и в виртуальном мире: украшает библиотеку, участвует во встречах и семинарах и одновременно является одним из действующих лиц практически во всех публикациях новостной ленты (от отчетов о событиях до зарисовок). Вот как этого персонажа представляют читателям на заглавной странице блога: «У Маякошки умные глаза и пушистый хвост. Она не нарушает тишину и внимательно наблюдает. А потом описывает все, что видела в библиотеке».

Виртуальный персонаж позволяет персонифицировать пространство и установить эмоциональный контакт между читателями и библиотекой. Более всего такой метод подходит для работы с детской и подростковой аудиторией. Ведение новостной ленты от лица такого персонажа может потребовать определенной креативности и понимания психологии общения в социальных медиа. Однако это хороший маркетинговый ход, который нередко используется в крупных рекламных кампаниях и может принести некоторую развлекательность в проект.

Самарская детская библиотека: буктрейлеры

Создание буктрейлеров – видеоанонсов к книгам – одна из последних тенденций, уже получившая распространение за рубежом. Большая часть информации в Интернете передается посредством изображения и звука. Целостные визуальные образы и устную речь воспринимать легче, чем печатный текст. Это одна из причин популярности видео- и аудиоканалов в сети. Блогеры-любители активно осваивают видеопространство: в русскоязычном Youtube больше двухсот буктьюберов (book tuber), которые снимают видео о книжных новинках, давая свои рекомендации и делаясь впечатлениями от прочитанного. Например, у канала буктьюбера Ольги Миклашевской почти 20 тыс. подписчиков – эта цифра ярко свидетельствует о том, что в обществе, особенно среди молодежи, существует потребность в рекомендациях и ориентирах в литературном пространстве. Одноминутные видеорассказы о книжных редкостях как способ продвижения своего ассортимента взял на вооружение и культовый букинистический магазин Полины Вахотиной «Эйдос» (г. Владимир).

Библиотеки пока неактивно пользуются этим методом привлечения внимания к книгам. Однако Самарская детская областная библиотека создала на своем сайте видеотеку буктрейлеров из различных источников, некоторые из видеороликов созданы читателями для участия в библиотечном конкурсе. Можно предположить, что интересные буктрейлеры могли бы помочь библиотекам установить контакт с подростковой аудиторией, привыкшей поглощать информацию в видеоформате, а также выйти за рамки социальных сетей и освоить пространство видеохостинга.

<http://libinform.ru/read/articles/Biblioteki-v-sotcialnyh-setyah-5-praktik/>

Движение буктьюберов – блогеров, снимающих видео о прочитанных книгах, – набирает силу во всем мире. На Западе на буктьюберов даже обратили внимание традиционные издательства: маркетологи заметили, что рецензии книжных блогеров сказываются на продажах. Сообщество российских буктьюберов тоже успело стать заметным феноменом

Канал на YouTube «Оля Понедельник»

Пожалуй, самый известный российский буктьюбер – Ольга Миклашевская. Она ведет свой книжный видеоблог с 2011 года. Сейчас на ее канал подписаны 25 тыс. человек, число

просмотров самых популярных видео на канале достигает 30–60 тыс. В своем выступлении на круглом столе «Социальные медиа в пропаганде чтения: проблемы и возможности» Ольга рассказала о феномене буктьюба и причинах его популярности у зрителей.

Российский буктьюб любит классику

«Я буктьюбер (от англ. book – книга и tube – жарг. телевизор), тот самый непрофессионал, который снимает ролики о книгах. Да, есть люди, которые снимают видео о книгах: что они купили и что прочитали. Обычный читатель превращается в интернет-персону, которая вдохновляет других людей на чтение и с которой можно обсудить прочитанное.

Движение буктьюберов зародилось в 2009 году за рубежом. В России оно получило развитие несколько позже, начиная с 2011-го года, причем, российский буктьюб развивался независимо, мы никак не были связаны с нашими зарубежными коллегами и даже не знали об их существовании. Появились два абсолютно разных сообщества, которые довольно сильно отличаются. Зарубежный буктьюб обсуждает преимущественно современную литературу, а именно направление под названием young adult, книги для подростков и тех взрослых, которые предпочитают такую литературу. Российский буктьюб, я бы сказала, более интеллектуален: у нас очень любят классику. Надо сказать, что сегодня YouTube перестал быть лишь видеохостингом, он превратился в социальную сеть, в которой и обитают наши буктьюберы. В России существует более 200 видеоблогеров, которые в сумме получают более полумиллиона просмотров в месяц. Среди них есть и один настоящий библиотекарь, который ведет свой блог на фоне своей библиотеки.

<http://libinform.ru/read/articles/Video-o-knigah-buktyubery/>

[Ольга Миклашевская](#)

<https://www.youtube.com/user/ZPonedelnik/videos>

Ссылки на источники, использованные для подготовки консультации-дайджеста

https://ru.wikipedia.org/wiki/Социальная_сеть

http://bibliomaniva.blogspot.ru/2011/08/blog-post_05.html

file:///C:/Users/GT/Desktop/21июняСоцСетиКонсультация/полезноNTB5_2016_A5_4.pdf

<http://www.slideshare.net/ssuser198d40/ss-28452831>

<http://metod.library.karelia.ru/files/328.pdf>

http://kuglib.ru/load/interesnoe/o_bibliotekakh_i_bibliotekarjakh/biblioteki_v_socialnykh_medi_a_opyt_oshibki_instrumenty/11-1-0-838

<http://www.slideshare.net/LabraryNMO/ss-30383461>

<http://www.unknown.ru/biblioteki/bibdelo/724-2012-11-16-08-36-51.html>

<http://www.slideshare.net/shikate/131109-social-mediaseminarshikate>

<http://lib42.ru/storage/documents/page/261/13865764349279.pdf>

file:///C:/Users/GT/Desktop/21июняСоцСетиКонсультация/полезноNTB5_2016_A5_4.pdf

<http://www.slideshare.net/neconference/150517-48244942>

https://docviewer.vandex.ru/?url=http%3A%2F%2Fsb.litera-ml.ru%2Fassets%2Ffiles%2FFulltext%2F3-2014%2FVasilkova_3_2014.pdf&name=Vasilkova_3_2014.pdf&c=58728c6de3ed&page=1

file:///C:/Users/GT/Desktop/Василькова/Vasilkova_4_2014.pdf

file:///C:/Users/GT/Desktop/Василькова/Vasilkova_5_2014.pdf

http://kuglib.ru/load/interesnoe/o_bibliotekakh_i_bibliotekarjakh/biblioteki_v_socialnykh_media_a_opyt_oshibki_instrumenty/11-1-0-838

<http://libinform.ru/read/foreign-experience/Biblioteki-v-sotcialnyh-media-uspeshnye-proekty/>

<http://libinform.ru/read/articles/Biblioteki-v-sotcialnyh-setyah-5-praktik/>

<http://libinform.ru/read/articles/Video-o-knigah-buktyubery/>

Авторы публикаций

Валишева Н.А., заведующая НМО ЦМБ им. Н. Некрасова города Ижевска
Василькова Е., менеджера информационных ресурсов журнала «Современная библиотека»
Майнгардт Н.Л., зав. сектором Кемеровской областной научной библиотеки им. В.Д. Федорова
Москалев В., заведующий отделом ИТ технологий московской Библиотеки-читальни им. И.С. Тургенева
Огнева И.Н., заведующая методическим отделом МУК «Централизованная библиотечная система г. Арзамаса Нижегородской области»
Свергунова Н.М., специалист Научной библиотеки Приокского государственного университета
Федоров А.О., кандидат педагогических наук, доцент кафедры библиотековедения и библиографии БОУ ВПО «Чувашский государственный институт культуры и искусств»
Шибяева Е.А., главный специалист Управления социальных проектов Российской государственной библиотеки

Консультацию-дайджест подготовили
специалисты организационно-методического отдела
Е.А. Чупринова, ведущий библиотекарь
В.И. Щинникова, главный библиотекарь

декабрь 2016 года

Приложение

Детские библиотеки муниципальных районов Омской области
в социальных сетях – 2015

Интернет-пространство – и в частности **социальные сети** – предоставляет библиотеке уникальную возможность не только получать информацию, но и позиционировать себя. Многие читатели детских библиотек значительную часть свободного времени проводят, общаясь в социальных сетях. Привлечь читателей к информации о книге, чтении, творческом конкурсе, размещенной на библиотечной страничке – задача сложная, но выполнимая.

Присутствие детских библиотек в социальных сетях в 2015 году расширилось: по материалам годовых информационных отчетов, свои странички в социальных сетях ведут 25 детских библиотеки из 32 – 78,1%. В 2014 это были 23 библиотеки – 72%, а в 2013 году – 15 библиотек – 47%. Таким образом, в течение трех лет количество библиотек, работающих в социальных сетях увеличилось с 15 до 25.

В социальных сетях ведут свои страницы детские библиотеки Азовского, Большереченского, Большеуковского, Горьковского, Исилькульского, Калачинского, Колосовского, Кормиловского, Крутинского, Любинского, Марьяновского, Москаленского, Муромцевского, Называевского, Нижнеомского, Одесского, Оконешниковского, Русскополянского, Саргатского, Таврического, Тарского, Тюкалинского, Усть-Ишимского, Черлакского, Шербакульского муниципальных районов.

Самой популярной у детских библиотек социальной сетью в 2015 году стала социальная сеть «Одноклассники», в которой работают библиотеки 16 муниципальных районов; в сети «Мой мир» открыты странички 9 библиотек; «ВКонтакте» – 8; в «Фейсбуке» – 5; в «Твиттере» – 3.

На **YouTube** выставляют свои видеоматериалы детские библиотеки Горьковского, Калачинского, Называевского, Тарского и Черлакского муниципальных районов, а Саргатская детская библиотека ведет страничку в сети «в Кругу Друзей».

Детские библиотеки в социальных сетях размещают информацию о библиотеках и библиотечных мероприятиях, приглашения на библиотечные мероприятия, фотографии, видеоролики, напоминают читателям о необходимости вернуть книги, проводят опросы, викторины и конкурсы.

Присутствие детских библиотек в социальных сетях отражено в таблице:

**Муниципальные детские библиотеки Омской области
в социальных сетях и собственные сайты детских библиотек**

№ п/п	Название района, библиотеки/сектора/отдела	Наименование социальной сети, в которой у библиотеки есть страничка/группа; собственные сайты детских библиотек
1	Азовский Центральная детская библиотека	В Контакте – страница клуба общения для подростков «Ровесник» http://vk.com/club64738645
2	Большереченский Детская библиотека-филиал №29	Одноклассники
3	Большеуковский Центральная детская библиотека	Одноклассники
4	Горьковский Отдел по работе с детьми	Twitter https://twitter.com/detskibiblio Одноклассники http://ok.ru/group/51685799821460 «Библиотекари Горьковского района» YouTube https://www.youtube.com/channel/UCGfjLwGx7Xef0stg_GIyyTg/
Собственный сайт библиотеки: Библиотечные странички Горьковского https://sites.google.com/site/otdelporabotesdetmi/arhiv-novostej/home		
5	Знаменский Детская библиотека-филиал	Сведения не предоставлены
6	Исилькульский Центральная детская библиотека	Одноклассники

№ п/п	Название района, библиотеки/сектора/отдела	Наименование социальной сети, в которой у библиотеки есть страничка/группа; собственные сайты детских библиотек
7	Калачинский Центральная детская библиотека	В Контакте http://vk.com/booklibvk Одноклассники – Калачинская Центральная городская детская библиотека http://www.odnoklassniki.ru/#/kalachins . Одноклассники – краеведческая группа Земляки http://www.odnoklassniki.ru/vgruppupr Твиттер https://twitter.com/bibleoteka55 YouTube – канал «MyKniga» http://www.youtube.com/user/MyKniga Google+ Скрепочка https://plus.google.com/u/0/b/108291342013947564589/108291342013947564589?pageId=108291342013947564589#108291342013947564589 Google+ библиотека. Калачинск https://plus.google.com/108291342013947564589#114900109322188925224/posts
Собственные сайты библиотеки: Калачинская центральная городская детская библиотека http://biblioteka.kalachinsk.info/ ; сайт Калачинской Центральной детской библиотеки http://kalachinskcgб.umi.ru/ ; «Скрепочка» http://kalachinsk24.blogspot.ru		
8	Колосовский Колосовская центральная детская библиотека имени И.С. Боярова	Одноклассники http://ok.ru/profile/559881503946
9	Кормиловский Детская библиотека-филиал	Одноклассники – Детская библиотека р. п. Кормиловка В Контакте
10	Крутинский Крутинская детская библиотека-филиал	Мой мир – Крутинская детская библиотека-филиал krutinka_detbib@mail.ru
11	Любинский Центральная детская библиотека	Одноклассники www.ok.ru/biblioteka.detskaya
12	Марьяновский Детская библиотека	Фейсбук https://www.facebook.com/marianovkalibd/?fref=ts Одноклассники
13	Москаленский Москаленская детская библиотека	Одноклассники http://ok.ru/profile/568406218921
14	Муромцевский Сектор обслуживания читателей-детей	Мой мир – Сектор обслуживания читателей-детей
15	Называевский Центральная детская библиотека	Одноклассники http://ok.ru/profile/560793928892 Мой мир https://my.mail.ru/mail/nazyvbibdet/ ВКонтакте – «Детская библиотека-Называевск» http://vk.com/naz_bibl . YouTube http://www.youtube.com/channel/UCMf-

№ п/п	Название района, библиотеки/сектора/отдела	Наименование социальной сети, в которой у библиотеки есть страничка/группа; собственные сайты детских библиотек
		kj4xu2uPbZgIKvY--NA
Собственный сайт библиотеки: Называевская детская библиотека http://galinamakotro.wix.com/biblioteka		
16	Нижнеомский Нижнеомская центральная детская библиотека	Одноклассники – Нижнеомская центральная библиотека
17	Нововаршавский Нововаршавская центральная детская библиотека	–
18	Одесский Центральная детская библиотека	Фейсбук https://www.facebook.com/profile.php?id=100005448241394 Мой мир http://my.mail.ru/mail/odesskoelib54/
19	Оконешниковский Центральная детская библиотека	Мой мир
Собственный сайт библиотеки: Оконешниковская центральная детская библиотека http://okoneshnikovskaymbc.umi.ru/		
20	Омский Отдел обслуживания пользователей-детей	-
Собственная страничка на сайте Центральной библиотеки МБУ «ЦБС Омского района»: страничка «Детям» http://cb-cbs.omsk.muzkult.ru/kinder/		
21	Павлоградский Детская библиотека- филиал	–
22	Полтавский Детский отдел	Сведения не предоставлены
23	Русско-Полянский Центральная детская библиотека	Одноклассники Мой мир
24	Саргатский Центральная районная детская библиотека	ВКругу Друзей Мой мир https://my.mail.ru/mail/sargatka.det/ ВКонтакте https://vk.com/id234251641
25	Седельниковский Детская библиотека	–
26	Таврический Центральная детская библиотека	ВКонтакте – страничка Таврической ЦДБ http://vk.com/id176525508 – группа Центральной детской библиотеки http://vk.com/public49922856
27	Тарский Центральная районная детская библиотека	ВКонтакте http://vk.com/club81847057 Фейсбук www.facebook.com/Тарская-Детская-Библиотека-1505176983110782

№ п/п	Название района, библиотеки/сектора/отдела	Наименование социальной сети, в которой у библиотеки есть страничка/группа; собственные сайты детских библиотек
		«Одноклассники» http://ok.ru/group/52996054909006 YouTube
Собственный сайт библиотеки: Тарская центральная районная детская библиотека http://www.dbibtara.ru/		
28	Тевризский Детская библиотека-филиал	-
29	Тюкалинский Центральная детская библиотека	Мой мир
Собственный сайт библиотеки: Тюкалинская центральная детская библиотека http://cdb.tukalinsklib.ru/		
30	Усть-Ишимский Усть-Ишимская детская библиотека	ВКонтакте «Усть-Ишимская Детская библиотека» Одноклассники «Усть-Ишимская Детская библиотека»
31	Черлакский Центральная детская библиотека	Мой мир http://my.mail.ru/mail/cherlakcdb/ Одноклассники YouTube http://www.youtube.com/channel/UC901SU9Mvtz-LcI_NzhvxgQ Фейсбук
32	Шербакульский Детская библиотека-филиал	Мой Мир Фейсбук Твиттер
	Детская историческая библиотека «Отечество», Детская библиотека им. Т. Белозёрова, Детская библиотека «Планета детства», Детская библиотека им. Лизы Чайкиной, Детская библиотека им. А.Ф. Палашенкова, Детская библиотека «Меридиан», Первая детская библиотека, Библиотека детской периодики, Детская библиотека им. О. Кошевого, Детская библиотека им. И.А. Крылова, Детская библиотека им. А.С. Пушкина, Детская библиотека им. Д.И. Менделеева, Детская библиотека «Заозёрная», Детская библиотека «Книжная галактика», Детская библиотека им. А.П. Гайдара, Детская библиотека «Читайка», Детская библиотека «Солнечный город». 17 детских библиотек Бюджетного учреждения города Омска «Омские муниципальные библиотеки» имеют свои странички на сайте www.lib.omsk.ru в разделе «Библиотеки»	

Наиболее активную работу в социальных сетях ведут специалисты **Центральной детской библиотеки** МБУК «Центральная межпоселенческая библиотека» **Калачинского района** Омской области. Из отчета библиотеки: «В Одноклассниках продолжает работать группа «Калачинская Центральная городская детская библиотека» <http://www.odnoklassniki.ru/#/kalachins> ... и краеведческая группа «Земляки. Калачинск. Библиотека» <http://www.odnoklassniki.ru/vgruppupr>. В группе было зарегистрировано более 3200 пользователей, за год зафиксировано более 10 тыс. посещений и более 2 млн. просмотров. За время существования группы создано 176 альбомов, более 1600 тем, 82 видео. Наиболее интересными и полезными, с точки зрения получения краеведческой информации, являются альбомы «Народная Книга Почёта Калачинска», самым просматриваемым оказался альбом

«Бессмертный полк Калачинска», в него внесено 425 имен наших героев-земляков, альбомы об истории предприятий и организаций. По мотивам фотографий участников группы создано несколько видеороликов: «Экскурсия по городу», «Золотые хлеба Калачинска», «Осенний мотив» и др. По материалам газеты «Сибиряк» создан дайджест об исчезнувших деревнях района «И снится мне деревня...» (материал о 17 деревнях). Проведено 2 фотоконкурса: «В объективе – Калачинск» и «Мороз и солнце, день чудесный», ... опросы «О пешеходной зоне Калачинска» и «Место, где нужно провести открытие Дня города».

Интересный опыт работы в социальных сетях представил **Отдел по работе с детьми** Центральной муниципальной библиотеки-филиала МБУ «Районный центр культуры» **Горьковского** муниципального района Омской области. Из информационного отчета Отдела: «Страничка в социальной сети «Одноклассники» – «Библиотекари Горьковского района» <http://ok.ru/group/51685799821460>. Администратор группы – А.М. Григуль. Участников – 36. Сообщений на страничке в течение года – 30, видео – 9. Сообщения носили рекламный, повествовательный, информационный характер, их делали как администратор группы, так и участники. Размещали видео из истории библиотеки, с мероприятий, конкурса рисунков, о профессии библиотекаря и пр. Страничку в социальной сети «Твиттер» <https://twitter.com/detskibiblio>, ведёт библиотекарь Надежда Клевченко. Было сделано 99 сообщений; виртуальных читателей нашей странички – 103 человек. ...

Канал на ютубе «Горьковская детская библиотека» <https://www.youtube.com/user/Gorkovskadetska60> насчитывает 2545 просмотров за 2015 год. Загружено 13 новых видео: «[Воспоминания о родных Лидии Михайловны Rogozinoy](#)», «[Районный этап конкурса "Живая классика" – 2015 г.](#)», «[Кто работает в библиотеке?](#)», «[Библиотекарь – это..?](#)», «[Из команды ВТК](#)», «[Профессия – библиотекарь](#)», «[Рисунки участников конкурса "Рисуют мальчики войну" к 70-летию Победы в Великой Отечественной войне](#)», «[Воспоминания о детстве](#)», «[Памяти генерала Д.М. Карбышева](#)», «[Флешмоб "Есть по соседству библиотека"](#)», «Осенняя прогулка по улице Герцена», «Это было недавно», «Библиотека. Годы и люди».

Из отчета **Центральной детской библиотеки** отдела централизованной библиотечной системы БУ **Называевского** муниципального района «Культура Называевского района»: «У ЦДБ открыты страницы в соцсетях Одноклассники <http://ok.ru/profile/560793928892>, Мой мир <https://my.mail.ru/mail/nazyvbibdet/>. Большой плюс сети «ВКонтакте» в том, что она едина и многообразна. Сюда можно включить и файлообменные сети, и микроблоги, и форумы и т.д. Поэтому основная целевая аудитория «ВКонтакте» – дети школьного возраста и молодёжь. Открытая группа «ВКонтакте» «Детская библиотека-Называевск» насчитывает 183 участника http://vk.com/naz_bibl. ... Страничка на YouTube – 9 подписчиков и 5008 просмотров – <http://www.youtube.com/channel/UCMf-kj4xu2uPbZgIKvY--NA>, на которой выставлено 27 видеороликов, наиболее популярные из которых ... буктрейлер «Лесной плакунчик» и Музыкальная сказка «Лесной плакунчик» – их просмотры составляют 1 243 и 1 575 соответственно».

Центральная детская библиотека МУК «Таврическая центральная межпоселенческая библиотека имени Рябинина К.А.» пишет в своем отчете: «В социальной сети «ВКонтакте» по адресу <http://vk.com/id176525508> зарегистрирована страница Таврической ЦДБ: 443 пользователя, из них 188 – читатели библиотеки, 184 – представители других библиотек, 71 – прочие, в том числе писатели Е. Матюшкина, Ю. Ивлева, Е. Хрусталева и В. Постников. В пространстве социальной сети проведены мероприятия по мониторингу читательских мнений: организованы опросы, викторины, обсуждения на тему «Почему все дети боятся Бармалея?», «К какому произведению относится данная иллюстрация?», «Мы в ответе за тех, кого приручили...» «Назовите псевдоним и настоящую фамилию писателя» и др.; по популяризации книжного фонда ЦДБ: представлены виртуальные книжные выставки «365 дней вокруг книги», «На всех парусах в книжное лето», «Откройте для себя журнал «Волшебный»; по привлечению внимания пользователей к культурно-досуговой деятельности ЦДБ: организована электронная рассылка приглашений на мероприятия библиотеки и выставлена информация и фотографии о

мероприятиях, которые прошли в библиотеке: «Вокруг книги за 333 минуты», «Вдохновение через чтение», конкурс рисунков и коротких рассказов из семейных историй «Маленькая Победа в большой войне», конкурс юных сыщиков-книголюбителей «Под грифом «Секретно», конкурс юных книголюбителей «Это так здорово – узнать что-то новое» и др.».

Работу **Центральной детской библиотеки МБУК «Черлакская централизованная библиотечная система»** в социальных сетях также хочется отметить. Вот что пишут в своем отчете черлакские коллеги: «... библиотека зарегистрирована в социальных сетях «Мой мир» по адресу <http://my.mail.ru/mail/cherlakcdb/>, «Одноклассники» по адресу http://ok.ru/?_erv=vwhxlyirbwpynedop, YouTube по адресу http://www.youtube.com/channel/UC901SU9Mvtz-LcI_NzhvvgQ. Наиболее успешно и результативно ведется работа в социальной сети «Одноклассники», где мы информируем наших друзей-читателей о проводимых акциях, приглашаем на мероприятия, делимся своими успехами, перенимаем опыт других библиотек. Всего за год было размещено 17 заметок, 319 фотографий. Добавились друзья – 124. На интернет-сервисе YouTube наша библиотека была зарегистрирована в 2014 году. Всего просмотров 666. Наибольшей популярностью среди выставленных нами работ пользуется буктрейлер по книге В. Железникова «Чучело» 602 просмотра за год. В 2015 году добавлено два видео: буктрейлер по книге А. Лиханова «Мой генерал» – конкурсная работа Всероссийского конкурса «Читаем Альберта Лиханова: книги об истинных, честности и победах» получила Диплом лауреата за победу в конкурсе – 25 просмотров; буктрейлер по книге В. Богомолова «Иван», в съемках которого приняла активное участие ученица 7 класса МБОУ «СОШ№1» Шульженко Екатерина. В 2015 году наша библиотека ... зарегистрировалась в социальной сети Facebook, и теперь у нашей библиотеки есть друзья не только в России, но и в зарубежных странах. На странице международной социальной сети мы довольно успешно рекламируем работу нашей библиотеки, выставляем отчеты о проделанной работе и фотографии. Правда многие наши иностранные друзья, хотели бы видеть и видеозаписи но, к сожалению, такой возможности мы предоставить им не можем т.к. нет видеокамеры».

К сожалению, ряд библиотек не предоставил сведений о работе в сети Интернет и социальных сетях.

Проанализировав информацию о работе в социальных сетях, которая содержится в информационных отчетах детских библиотек муниципальных районов Омской области, можно сказать, что в 2015 году работа библиотек в сети Интернет активизировалась. 78,1% библиотек популяризируют свою работу в социальных сетях (в 2014 году – 72%). В 2014 году работало 4 сайта детских библиотек. В 2015 году – 8 сайтов. Следующим этапом освоения интернет-пространства должно стать создание локальных нормативных документов, регламентирующих работу каждой библиотеки в виртуальном пространстве и решающих проблемы статистического учета этой работы, а также совершенствование методики работы с читателями в социальных сетях.

В.И. Щинникова,
главный библиотекарь
организационно-методического отдела
Омской областной библиотеки для детей и юношества