

Работа в социальных сетях как средство создания позитивного имиджа библиотеки

В наше время создание позитивного имиджа является одной из важнейших задач современной библиотеки. Благоприятный имидж помогает не только привлечь новых пользователей, но и обратить внимание молодёжи на библиотечные профессии, разрушить стереотипы о работе библиотекаря.

Работа библиотеки в социальных сетях – необходимое направление деятельности в наши дни. Сайты уступают социальным сетям, о чём свидетельствуют количество посещений и активность пользователей в интернете. Активная работа библиотеки в социальных сетях помогает получать обратную связь от читателей, продвигать услуги, популяризировать книги, мероприятия и другие направления деятельности учреждения, способствует общению пользователей с библиотекарями и друг с другом.

Постоянная работа в социальных сетях может повысить эффективность деятельности библиотеки, сделать её более привлекательной для читателей (в том числе потенциальных), а также благодаря работе в режиме онлайн частично решить проблему невозможности личного посещения библиотеки пользователями, особенно актуальную в период карантинов.

Социальные сети помогают библиотеке быть более доступной и удобной для читателей. Не всегда у пользователей есть возможность лично посетить библиотеку, чтобы получить необходимую информацию. Например, в группе государственного учреждения культуры «Донецкая республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской» (далее – библиотека им. Н.К. Крупской) в социальной сети ВКонтакте любой пользователь может узнать о наличии определенных книг в библиотеке, продлить книги онлайн, задать другие вопросы, оставить отзывы и т.д. Для этого в группе созданы обсуждения, на вопросы в которых оперативно дают ответы сотрудники библиотеки.

Библиотека им. Н.К. Крупской активно занимается социальными сетями. На данный момент, кроме сайта, функционируют сообщества библиотеки в следующих социальных сетях: ВКонтакте, Instagram, Facebook, Одноклассники.

Также библиотека осуществляет деятельность на сервисе видеохостинга с функциями социальной сети YouTube и на кроссплатформенном мессенджере Telegram.

Подача информации в социальных сетях отличается от информации на сайте. Сайт характеризуется большей структурированностью и официальнойностью. На нём можно узнать информацию о библиотеке, её истории, структуре, услугах, новых поступлениях и т.д. В социальных сетях уклон делается на развлекательный контент, рекламу, популяризацию фондов и чтения, общение с подписчиками.

Контент сообществ помогает ломать стереотипы о библиотеке и показывать её работу изнутри (например, с помощью функции stories в Instagram мы показываем бекстейджи со съёмки проектов, «закулисную» работу, подготовку к мероприятиям).

Остановимся на рассмотрении работы в социальной сети ВКонтакте, которая на данный момент имеет наибольшую популярность среди пользователей библиотеки им. Н.К. Крупской.

Группа библиотеки существует с июля 2016 года, численность по состоянию на февраль 2020 года – более 6 000 участников, среди которых пользователи библиотеки (в том числе потенциальные), а также коллеги из других учреждений культуры Донецкой Народной Республики и Российской Федерации.

Цель работы в социальных сетях – доступность для наших читателей, привлечение новых пользователей, создание позитивного имиджа библиотеки и библиотекарей, популяризация фондов.

Основу новостной ленты группы составляют различные рубрики, которых стало больше с марта 2020 г., когда обслуживание пользователей было приостановлено в целях реализации мер по предупреждению распространения коронавирусной инфекции.

Далее подробнее рассмотрим рубрики и проекты, которые осуществляются в социальных сетях библиотеки им. Н.К. Крупской.

Развлекательный контент – важная составляющая работы в социальных сетях. Библиотека является не только просветительским, но и досуговым учреждением, каждый может найти в его стенах и социальных сетях что-то интересное для себя, поэтому необходимо показать разностороннюю деятельность библиотеки.

«Ребусы от Крупской» – это рубрика, в которой мы предлагаем нашим подписчикам написать в комментариях, какое литературное произведение зашифровано с помощью ребуса. Публикация включает в себя изображение с ребусом (или картинками-подсказками, по которым можно догадаться, о какой книге идет речь) и текстовую подсказку с фактом о произведении. Обычно ответом является книга-юбилар этого года.

Подписчики «включаются» в игру, пишут свои предположения и догадки в комментариях к публикации. Правильный ответ мы публикуем через некоторое время там же, комментируя ответы участников игры.

Для удобства мы используем хештег #ребусыотКрупской, по которому любой желающий может найти наши предыдущие ребусы.

Примеры публикаций рубрики «Ребусы от Крупской»

💡 Маленькая подсказка: книга о путешествиях, проделанных на подводной лодке (этой книге в этом году исполняется 150 лет) 📖

Ответ пиши в комментарий 📝



💡 Маленькая подсказка: время пить чай! (этой книге в этом году исполняется 155 лет) 📖

Ответ пиши в комментарий 📝



«100 фактов о культуре Донбасса» – рубрика-проект, который был реализован в 2020 г. и предлагал узнать интересные факты об учреждениях и организациях культуры Донецкой Народной Республики, их сотрудниках, книгах, постановках, экспонатах, рекордах и таким образом стать ближе к тем, кто формирует, сохраняет, и развивает культуру Донбасса. Благодаря совместной реализации с другими учреждениями культуры рубрика привлекла большое количество внимания.

Примеры публикаций рубрики #100ФактовОКультуреДонбасса

В 1973 году в штат Донецкой филармонии на временную работу был принят Владимир Семёнович Высоцкий в качестве артиста разговорного жанра. Легендарный артист получал доплату за совмещение инструмента (гитара) и исполнение вокала. За время работы Высоцкий исполнил несколько десятков концертов в городах Донбасса

Длина всех книжных полок библиотеки им. Н. К. Крупской составляет около 10 км и равна длине улицы Артёма, центральной улицы города Донецка



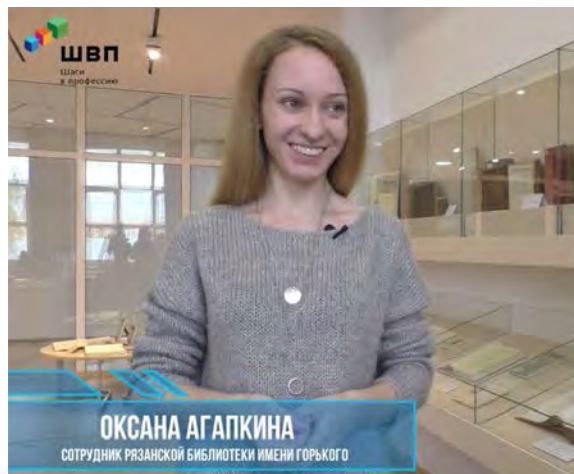
#100ФактовОКультуреДонбасса



#100ФактовОКультуреДонбасса

С помощью социальных сетей библиотекари становятся ближе к нашим пользователям. Периодически мы запускаем различные рубрики, принимаем участие во флешмобах, публикуем интервью с сотрудниками библиотек. Среди таких проектов – **«Шаги в профессию»**, в рамках которого было подготовлено 18 выпусков о сотрудниках библиотек ДНР и РФ и их работе, **«Я библиотекарь»**, где мы рассказывали об увлечениях наших сотрудников, **«Любимый праздник детства»** и **«Мы все учились в школе»** и т.д. Таким образом мы знакомим подписчиков с нами, разрушаем стереотипы о библиотекарях.

Рубрики «Шаги в профессию», «Я библиотекарь», «Мы все учились в школе», «Любимый праздник детства»



Социальные сети – отличная площадка для освещения фондов библиотеки. С помощью разных рубрик можно привлечь внимание подписчиков к литературе, порекомендовать книги и поделиться разными интересными фактами.

В еженедельной рубрике **«Краеведческие интересности»** мы делимся с подписчиками интересными изданиями отдела краеведения. Публикация состоит из фотографии, названия книги и небольшого отрывка из неё.

Под названием **«Редкий фрагмент»** выходит рубрика, в которой представлены книги сектора редких изданий, депозитарного отбора и хранения документов отдела хранения основного фонда. Публикация включает в себя страницы из таких книг, описание, отрывки, интересные факты и другую информацию.

Примеры публикаций рубрик «Краеведческие интересности» и «Редкий фрагмент»



Подобным образом периодически мы публикуем рекламу книг всех отделов библиотеки, размещаем развлекательный контент, запускаем другие рубрики («Где логика?», «Не книжные вопросы» и т. п.), делимся информацией о новых поступлениях. Важную роль в публикации играет прикрепленное изображение. Мы стараемся делать фотографии и картинки для рубрик сами. Уникальные изображения привлекают внимание, а также с помощью этого мы соблюдаем стилистику рубрик – многие из них узнаваемы, отличаются от других определенным дизайном.

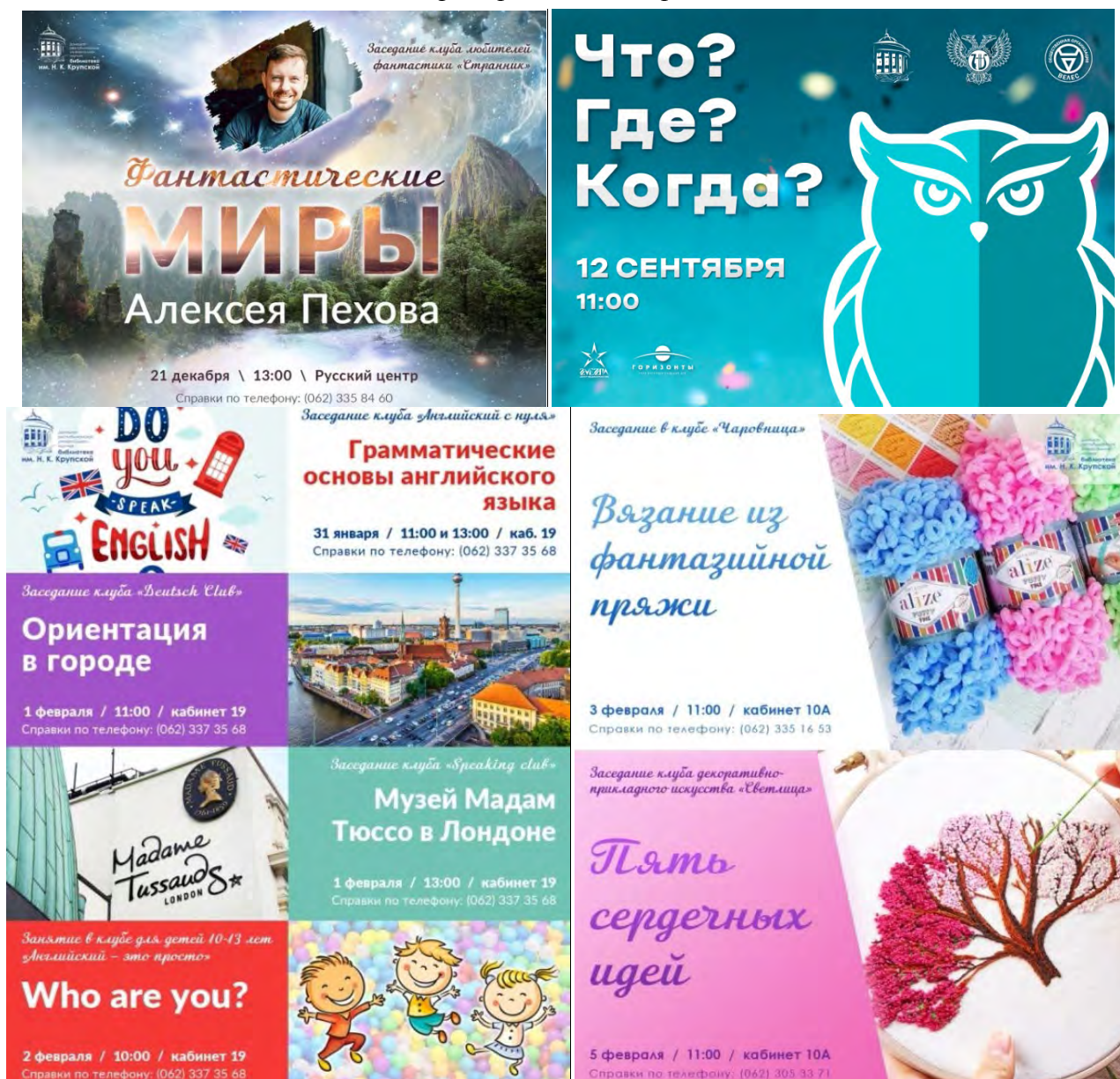
Примеры других публикаций



Публикации, не содержащие изображения, видео, имеют более низкие показатели вовлечённости, получают меньше реакций по сравнению с публикациями с

иллюстративными материалами. Все наши публикации сопровождаются изображениями или видео. Дизайн публикаций играет немаловажную роль. В библиотеке проходит множество мероприятий, заседаний клубов, для каждого из которых мы создаём удобные уникальные и стильные афиши. Анонсы мероприятий – неотъемлемая часть работы в социальных сетях, проводя большое количество времени в приложениях, пользователи имеют возможность видеть наши афиши без перехода на сайт. Современный дизайн, привлекательная графика имеют значение для создания позитивного имиджа библиотеки.

Примеры дизайна афиш



Важно уделять внимание фото-, видеоотчётам с мероприятий, с помощью которых возможно привлечь новых участников. Во-первых, имеет значение их качество, во-вторых – подписи. Как уже отмечалось, стиль статей в социальных сетях отличается от стиля статей на сайте. Статьи в социальных сетях характеризуются краткостью, неформальным стилем, отсутствием канцеляризмов и официоза. Следует отдать предпочтение публицистическому стилю и даже элементам разговорного.

Вовлекать подписчиков в диалог можно с помощью вопросов по теме публикации или постов, призывающих к обсуждению. Следует не забывать отвечать комментаторам от лица сообщества, тем самым показывая, что его мнение важно.

Пример публикации-обсуждения

Экранизация какой книги просто идеально отражает сюжет?

Частенько, когда речь идёт об экранизациях слышится что-то вроде "книга и фильм - это разные произведения" и т.п.

Но, наверняка всё-таки существуют идеальные экранизации с идеальным отражением сюжета?

Делитесь в комментариях, обсуждайте, спорьте, находите истину!



#НЕ_книжные_вопросы

Перечитываете ли вы через время книги, которые читали ранее?



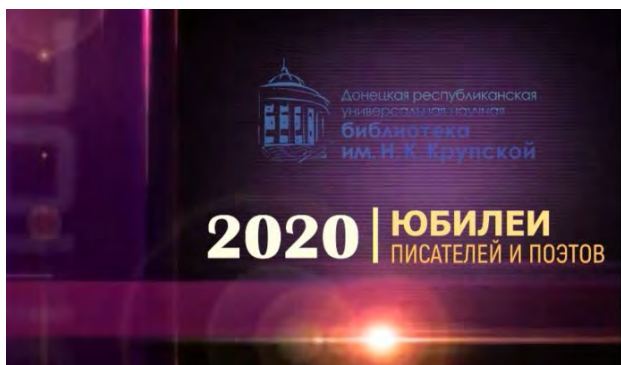
«Новости от Крупской» – информационно-развлекательная рубрика, которая выходила в наших социальных сетях в 2020 г. В еженедельных стилизованных видеовыпусках зрителям предлагалось узнать, о чём писали местные газеты 50 лет назад. Также в выпусках подавались анонсы ближайших мероприятий библиотеки.

*Кадры из видеороликов рубрики «Новости от Крупской»
и мастер-класса по уходу за домашней библиотекой*



Важны и литературные проекты. Один из таких – **«Юбилей писателей и поэтов 2020»**, целями которого являются популяризация фонда библиотеки, привлечение внимания к писателям и поэтам-юбилярам 2020 года, их произведениям. Одно из направлений реализации проекта – съёмка, монтаж и размещение видеороликов, включающих в себя краткую информацию о юбиляре, декламацию фрагментов из произведений юбиляров, а также приглашение посетить библиотеку и взять книги автора. К участию в проекте были привлечены все отделы библиотеки, мы публиковали видео с участием наших сотрудников.

Кадры из видеороликов проекта «Юбилей писателей и поэтов 2020»



В целях продвижения деятельности библиотеки, книг и чтения в социальных сетях, сотрудники библиотеки им. Н.К. Крупской постоянно принимают участие в разнообразных акциях, запускают флешмобы и т.д. Подобные публикации стабильно набирают больше лайков, репостов, просмотров и комментариев, чем другие.

В апреле 2020 г. сотрудники библиотеки имени Н.К. Крупской приняли участие во всероссийском **«Скучающем флешмобе»**, который в связи с карантином запустил Красноярский драматический театр имени Пушкина. Работники театров, музеев и библиотек подхватили акцию и фотографировались с табличками «Никто не...», чтобы рассказать посетителям о том, как их не хватает в учреждениях культуры. Первой в Донецкой Народной Республике эстафету запустила наша библиотека. Публикация с фотографиями набрала немало лайков, просмотров и комментариев от наших пользователей, мы получили отклик и убедились, что читатели остаются с нами и в таком режиме работы.

Участие библиотеки им. Н.К. Крупской в «Скучающем флешмобе»



Мы передали эстафету музыкально-драматическому театру им. М.М. Бровуна, сотрудники которого также показали, как скучают по зрителям. Далее эстафету приняли другие учреждения культуры, а об акции рассказали в телевизионной программе о культурной жизни Донецкой Народной Республики «АРТ коктейль». Съёмочная группа передачи не осталась в стороне и решила принять участие во флешмобе.

Фотографии для «Скучающего флешмоба» участников из ДНР



Также мы запустили сетевую акцию-флешмоб **«Встречают по обложке»**. Любая книга отражает и преобразовывает реальность, и мы решили показать это наглядно. Мы пригласили к участию все библиотеки ДНР, предложили сделать и опубликовать фотографии с книгами, на которых окружающая среда является продолжением книжной обложки (или книжная обложка – продолжением реальности). К акции присоединились более 30 библиотек, сотрудники проявили творческий подход к работам и поделились ими с подписчиками, всего мы получили около 250 креативных фотографий.

Примеры фотографий акции-флешмоба «Встречают по обложке»



«**Большой литературный челлендж**» мы запустили для наших пользователей. Мы предложили сделать фотографии с книгами и поделиться ими в комментариях. К челленджу присоединились наши активные пользователи. Обратная связь – очень важное звено, благодаря которому мы понимаем, что интересно нашим читателям, и можем познакомиться с ними ближе.

Фотографии участников «Большого литературного челленджа»



Подобные флешмобы и акции помогают выстроить имидж современной и креативной библиотеки, привлекают внимание подписчиков, что подтверждают их отклики в социальных сетях.

2020 год был объявлен Годом Великой Победы в Донецкой Народной Республике. В рамках празднования 75-летия Победы в Великой Отечественной войне в наших социальных сетях реализовывались несколько проектов.

«Золотые Звёзды Донбасса» – ежедневная рубрика нашей библиотеки, которая была реализована в прошлом году. Каждый пост рубрики включал в себя тематически оформленную фотографию, рассказ о Героях Советского Союза, их подвигах, ссылку на источник – издание, с которым можно познакомиться в отделе краеведения библиотеки. Цель рубрики – знакомство подписчиков с нашими земляками-героями, воспитание патриотизма. Рубрика получила отклик, многих заинтересовала литература, а также были комментарии подписчиков, узнавших своих родственников: некоторые добавляли свои факты, некоторые просили написать об их родственниках.

Примеры публикаций рубрики «Золотые Звёзды Донбасса»

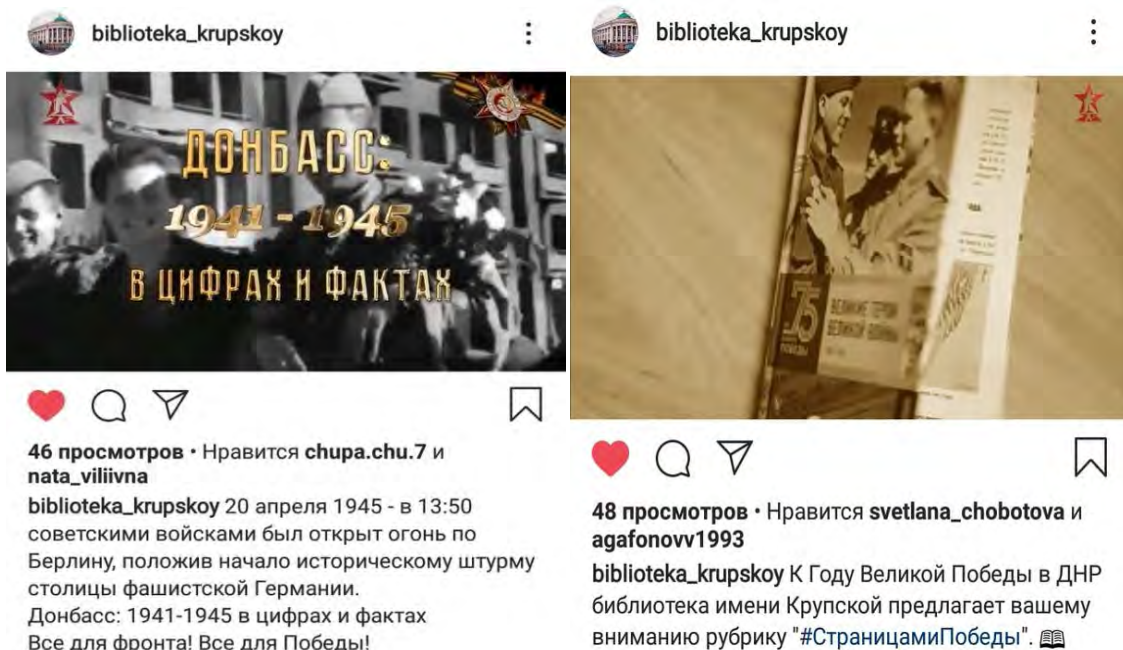


Под девизом «Всё для фронта! Всё для Победы!» был реализован проект **«Донбасс: 1941-1945 в цифрах и фактах»**, в котором в формате видеоролика рассказывалось о том, что происходило в Донбассе каждый день во время войны. Благодаря этому проекту можно узнать о том, когда, как и где наши земляки проводили военные операции, о работе тыла и на передовой. Стоит отметить, что проект был инициирован Министерством культуры Республики, поддержан Правительством Донецкой Народной Республики и транслировался на республиканских телеканалах.

Рубрика **«Страницами Победы»** предлагала подписчикам ознакомиться с фондовой литературой о Великой Отечественной войне в формате буктрейлеров.

Примеры публикаций проектов

«Донбасс: 1941-1945 в цифрах и фактах» и «Страницами Победы»



Некоторые проекты были реализованы и продолжают реализовываться совместно с другими библиотеками ДНР и РФ, что позволяет привлечь внимание к библиотекам большого количества людей со всех уголков Республики и России. Также подобные проекты позволяют налаживать контакты, знакомиться с коллегами для дальнейшего сотрудничества. В январе стартовала акция-флешмоб «Как с обложки», в которой мы предложили нашим коллегам найти книги с интересными обложками в фонде своей библиотеки и повторить их. К флешмобу присоединились около 55 библиотек из ДНР и 175 библиотек из РФ. Также эстафету подхватили пользователи. Мы получили огромное количество работ, некоторые подборки публикуем у себя в социальных сетях. Всем участникам будут разосланы сертификаты.

Примеры фотографий акции-флешмоба «Как с обложки»



Социальные сети имеют множество преимуществ: возможность неформального общения с читателями, получение обратной связи, оперативность, широкое распространение информации, большое количество возможностей для презентации материалов, рекламы услуг и т.д. Для размещения сообщений по плану в социальных сетях предусмотрены

механизмы отложенной публикации контента, эта функция очень удобна. Важно не перегрузить подписчиков количеством публикаций, поэтому стоит создать план и следовать ему, загружая посты с определённой периодичностью (например, раз в 2 часа). Это поможет систематизировать работу.

Можно сделать вывод, что социальные сети – отличное место для выражения креативных идей библиотекарей, которое также имеет неограниченные возможности для рекламы учреждения. Созданные группы в социальных сетях будут эффективны для создания позитивного имиджа библиотеки в том случае, если в них публикуется качественный, разнообразный и интересный контент и наблюдается обратная связь с пользователями.