**Взаимодействие с читателями посредством**

**социальной сети «ВКонтакте»: опыт библиотек Ханты-Мансийского автономного округа – Югры.**

*Холявина Ольга Александровна,*

 *библиотекарь2-ой категории отдела маркетинга, рекламы*

*и массовой работы бюджетного учреждения*

*Ханты-Мансийского автономного округа – Югры*

*«Государственная библиотека Югры»*

Сегодня социальные сети являются самыми посещаемыми ресурсами в интернете. Не удивительно, что различные учреждения, предприятия и общественные организации стремятся иметь своё представительство именно там. Библиотеки не исключение.

Социальные медиа открывают перед библиотекарями практически безграничный простор для общения с читателями и продвижения библиотечных услуг.

Среди преимуществ социальных сетей перед официальными сайтами библиотек можно выделить возможность прямого и неформального общения с аудиторией. Как правило, в постах групп используется разговорный стиль языка, дружеская информация и они пишутся от первого лица. Пользователи имеют возможность оставлять комментарии, ставить «лайки» и делать репосты на свои персональные страницы без предварительной регистрации, новости библиотеки появляются в ленте новостей каждого участника группы. Однако интернет в целом, и социальные сети в частности перенасыщены информацией, и привлечь внимание большого количества пользователей оказывается сложной задачей для библиотекаря.

1. Практическим путем нам удалось выделить несколько направлений взаимодействия с пользователями посредством соцсетей, основные среди них:

- привлечение пользователей к активности (участию в конкурсах и акциях),

- рекомендации книг (ответ на актуальный вопрос: что почитать?),

- организация услуг, не выходя из дома.

Именно они подробно будут рассмотрены в докладе на примере групп библиотек Ханты-Мансийского автономного округа - Югры в самой популярной социальной сети в России «ВКонтакте».

2. Библиотечные группы в социальных сетях выполняют несколько функций, основную из них можно сформулировать как повышение востребованности библиотеки в режиме оффлайн, то есть представительства в социальных медиа выступают в качестве поддержки основной деятельности библиотеки. Для этой цели в библиотечных сообществах чаще всего размещается информация о проводимых мероприятиях, конкурсах, книжных выставках, распространение библиотечно-библиографической информации, проведение опросов, публикация фотоотчётов о проведённых мероприятиях и другие сообщения о жизни библиотеки.

3. **В целом, представительство библиотек в социальных медиа способствует формированию положительного имиджа библиотек, привлечению новых пользователей, а также продвижению библиотечных продуктов и услуг.**

Работа в социальных сетях в современных условиях становится неотъемлемой частью маркетинговой коммуникации. Сообщества в социальных медиа – это инструменты, позволяющие выявить потребности аудитории, анонсировать новые библиотечные услуги и программы, поддерживать обратную связь с читателями. Активное представительство библиотеки в социальных сетях позволит увидеть потенциал учреждения, который поможет в его дальнейшем развитии.