



УДК 02

Р.Х. Багдасарян

В.С. Безуглая

А.А. Афанасенко

Багдасарян Рафаэль Хачикович, кандидат технических наук, доцент кафедры библиотечно-библиографической деятельности и информационных технологий Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: rafael_555@mail.ru

Безуглая Виктория Сергеевна, студентка 4 курса группы БИД-бак-17 Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: vika.bezuglaya.99@mail.ru

Афанасенко Анастасия Александровна, студентка 4 курса, группы БИД-бак-17 Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: nastasya-afanasenko@mail.ru

ПРОДВИЖЕНИЕ КНИГ И ЧТЕНИЯ В INSTAGRAM (НА ПРИМЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-БИБЛИОГРАФИЧЕСКОГО ОТДЕЛА ЦГБ ИМ. Н.А. НЕКРАСОВА). ФОРМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

В данной статье рассмотрены формы продвижения книг и чтения в сети Instagram. Проанализирована деятельность Информационно-библиографического отдела ЦГБ им. Н.А. Некрасова.

Ключевые слова: книги, чтение, Instagram, библиотека.

R.Kh. Bagdasaryan

V.S. Bezuglaya

A.A. Afanasenko

Bagdasaryan Rafael Khachikovich, candidate of technical sciences, associate professor of department of library and bibliographic activity and information technology of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: rafael_555@mail.ru

Bezuglaya Victoriya Sergeevna, 4th course student of BID-bak-17 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: vika.bezuglaya.99@mail.ru

Afanasenko Anastasiya Aleksandrovna, 4th course student of BID-bak-17 group of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy st., Krasnodar), e-mail: nastasya-afanasenko@mail.ru

**PROMOTION OF BOOKS AND READING ON INSTAGRAM (USING
THE EXAMPLE OF THE INFORMATION AND BIBLIOGRAPHY
DEPARTMENT OF THE NEKRASOV CENTRAL STATE LIBRARY).
FORMS OF PROMOTION**

This article discusses the forms of promoting books and reading in Instagram. The activity of the Information and bibliographic department of the Nekrasov Central state library is analyzed.

Key words: books, reading, Instagram, library.

На сегодняшний день Россия занимает лидирующее место среди стран по популярности социальных сетей.

SMM – это тот инструмент, с помощью которого посетители привлекаются на сайт из социальных сетей, сообществ, блогов, дневников и форумов. Он востребован компаниями малого и среднего бизнеса, а также крупными мировыми брендами, которые его используют для собственного продвижения.

Главная и, пожалуй, самая основная цель SMM состоит в увеличении числа упоминаний книги и ее автора в интернете, блогах, на форумах, в популярных социальных сетях и специализированных книжных сообществах.

Все продукты, появляющиеся в сети, позволяют сформировать положительный образ книг, чтения. Многие отечественные и зарубежные библиотеки занимаются продвижением своей организации, своих услуг и ресурсов через социальную сеть Instagram.

Instagram является приложением, с помощью которого можно обмениваться фотографиями и видеозаписями. Для продвижения интернет-ресурсов библиотеки используют различные формы и методы.

К ним можно отнести:

- 1) викторину с использованием QR-кода;
- 2) форму, основанную на рассказывании историй – сторителлинг;
- 3) соревнование – «книжный вызов»;
- 4) конкурс букслэм;
- 5) необычную интерактивную форму – книга-игра.

В связи с распространением коронавирусной инфекции библиотеки в нашей стране перешли на онлайн-обслуживание [1]. Этот запрет на проведение мероприятий стал необходимостью.

Таким образом, в библиотеках появились определенные обязанности к сотрудникам, которые изложены в должностных инструкциях.

Поддерживать компетенцию библиотечных специалистов на должном уровне способно профессиональное самообразование, которое, в частности, предполагает систематическое чтение специальной профессиональной литературы, прослушивание рекомендуемых вебинаров, освоение новых навыков медиаграмотности.

На сегодняшний день каждому библиотечному специалисту необходимо иметь определенный набор знаний компьютерных программ. Деятельность в социальных сетях начала развиваться относительно недавно, несмотря на большое количество работ, посвященных продвижению чтения в

библиотечной сфере в целом (проблематикой занимались такие ученые, как О.О. Борисов, Г.В. Волкова, К.А. Кузоро, И.В. Савостина, И.А. Цветочкина).

Активным продвижением и популяризацией книг и чтения в социальных сетях занимается информационно-библиографический отдел (ИБО) ЦГБ им. Некрасова. У ЦБС им. Некрасова имеется сайт, на котором расположена вся информация о ее деятельности, структуре, мероприятиях, конкурсах и т.д. Также библиотека имеет свои аккаунты в социальных сетях: Вконтакте, Одноклассники, Instagram. Одним из наиболее актуальных разделов сайта для пользователей является «Обратная связь», библиографы отвечают на запросы в течение дня. На сайте представлен «Электронный каталог» и «Виртуальный музей», «Литературный Краснодар». Библиотека развивается в дистанционном формате: проходят виртуальные выставки, показ видеороликов, виртуальные экскурсии, видеолектории в социальных сетях.

Одним из популярных аккаунтов библиотеки является аккаунт Информационно-библиографического отдела (ИБО) ЦГБ им. Некрасова. Аккаунт зарегистрирован в социальной сети Instagram [2], где рассказывают о своей деятельности, и называется bibliografini. Контент аккаунта разнообразен. Публикуются интересные факты о городе Краснодаре, советы для читателей, топ книг. В аккаунте имеются свои собственные хэштеги.

Хэштеги – это ключевое слово или фраза, вставляющаяся непосредственно в текст. Для обозначения используется символ #, благодаря чему автоматически создается ссылка на другие записи, имеющие такой же хэштег. Такие как, например: #ибо_краснодармойгород, #ибоцгбнекрасова, #открыткикраснодара – публикуют под постами, которые связаны с Краснодаром и его историей, а хэштег #библиографыкраснодара объединяет все посты данного аккаунта и является именованным хэштегом [3; 4].

Отдел активно участвует во всероссийских и городских акциях и мероприятиях. Такие, как «Ночь в музее», «Книжный фестиваль», «Международный день книгодарения», «Библионочь». Посты на эти темы

очень интересные и информативные.

Библиографы отдела также проводят инста-игры, опросы и викторины. Игра «ИнстаЗарница» нашла отклик среди подписчиков. Были назначены 12 организаторов и 12 площадок. Игра начиналась у одного из организаторов и продолжалась по ссылке от одного организатора к другому. По окончании «ИнстаЗарницы» всем участникам были выданы электронные сертификаты. Под данным постом отмечено было 40 человек – участников – и более 50 лайков. Еще одна интересная игра, которую провели, стала #городСлов. Правила игры были просты: нужно было переходить на аккаунты других библиотек-организаторов и собирать слова, после чего составить текст и отправить его в «директ».

Одной из увлекательных акций является #Пуш_в_krd. На протяжении двух месяцев в аккаунте публиковались истории пушистого друга библиотек России – Котофей Пушистик «cat_from_bibliotekadomsem» – это рассказы мягкой игрушки, которая путешествует по библиотекам страны. Для библиотек это нестандартный метод привлечения читателей, что подписчиков и жителей города очень заинтересовало. Под рядом публикаций – наибольшее количество лайков и комментариев, так, один из постов набрал 100 «живых» комментариев.

Активно развивается и IGTV. Просмотры видеопубликаций достигают 450-ти просмотров, в которых библиографы читают произведения. «Истории» аккаунта публикуются почти каждый день, а после добавляют их в раздел «Актуальное».

Таким образом, библиотеки очень быстрыми темпами развиваются в социальных сетях, используя новые методы работы, библиотекари привлекают новых читателей, повышают читательскую культуру, популяризируют фонд библиотеки.

Список используемой литературы

1. *Редькина Н.С.* Оценка деятельности библиотеки в социальных сетях

инструментами веб-аналитики // Н.С. Редькина / Научные и технические библиотеки. – 2018. – № 3. – С. 17–24.

2. *Редькина Н.С., Драцкая М.Е.* Внедрение инноваций и технологические процессы научной библиотеки в условиях развивающейся веб-среды // Н.С. Редькина / Библиосфера. – 2012. – № 2. – С. 33–42.

3. *Свергунова Н.М.* Библиотеки в социальных сетях: необходимость или дань моде // Н.М. Свергунова / Научные и технические библиотеки. – 2016. – № 5. – С. 52–58.

4. *Ударцева О.М., Рыхторова А.Е.* Использование инструментов веб-аналитики в оценке эффективности способов продвижения библиотечных ресурсов // О.М. Ударцева, А.Е. Рыхторова / Библиосфера. – 2018. – № 2. – С. 93–99.