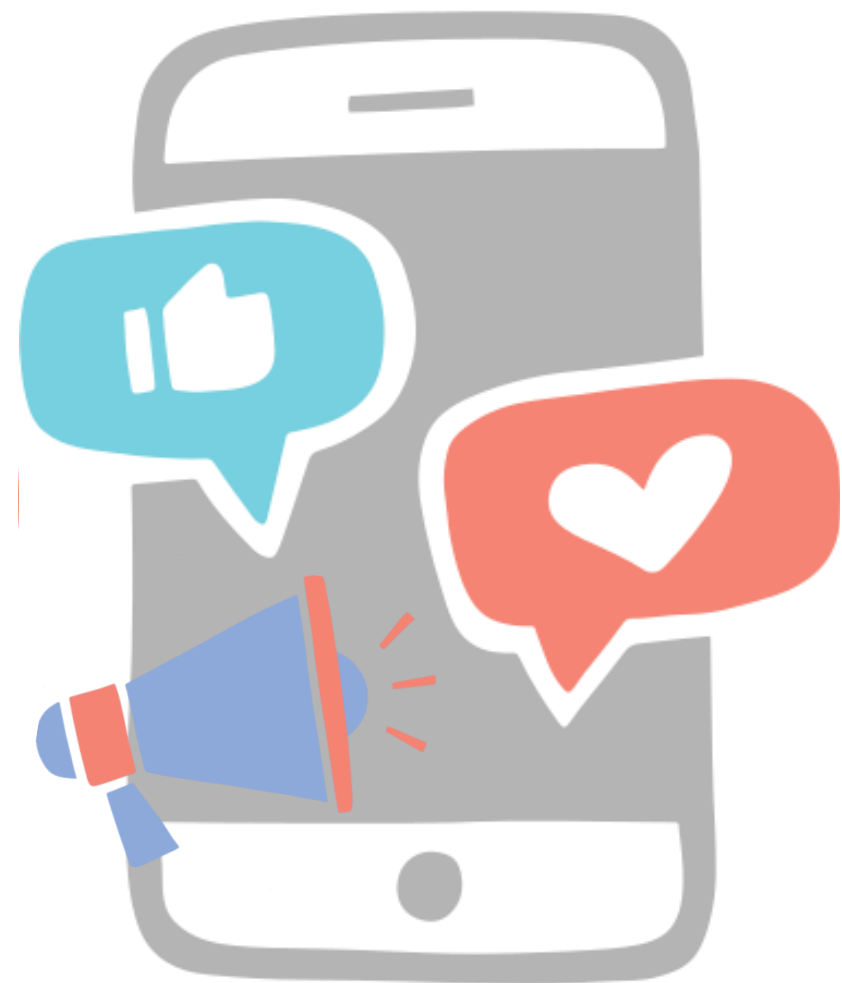


Социальные сети как средство формирования имиджа библиотеки

По итогам анкетирования





Цель анкетирования:

анализ деятельности библиотек в социальных сетях, изучение их востребованности и оценка удовлетворённости пользователей.



Задачи анкетирования:

- Определить уровень интереса аудитории к официальным социальным соцсетям библиотек;
 - Проанализировать взаимодействие пользователей с библиотечными соцсетями;
 - Собрать обратную связь и предложения читателей по улучшению контента и стратегии ведения соцсетей;
 - Оценить полезность и релевантность публикуемого контента для аудитории;
- Определить факторы, влияющие на вовлеченность аудитории



Объект анкетирования:

пользователи библиотек

Государственного учреждения культуры

«Централизованная библиотечная система г. Гродно»,

посетители сайта www.cbibl.by



- Сбор информации проводился с помощью **онлайн-анкетирования**, созданного на платформе **«Google forms»**.
- Анкета состояла из **11 вопросов**.
- **114 человек добровольно и анонимно** приняли участие в анкетировании.



Проблемная ситуация

Современные социальные сети превратились в **мощный, но неконтролируемый канал** распространения **информации и дезинформации**. Подобный контент не просто **загрязняет инфополе** – он **меняет восприятие реальности**, формирует **искаженные ценности** и **снижает способность** аудитории к **критической оценке информации**.

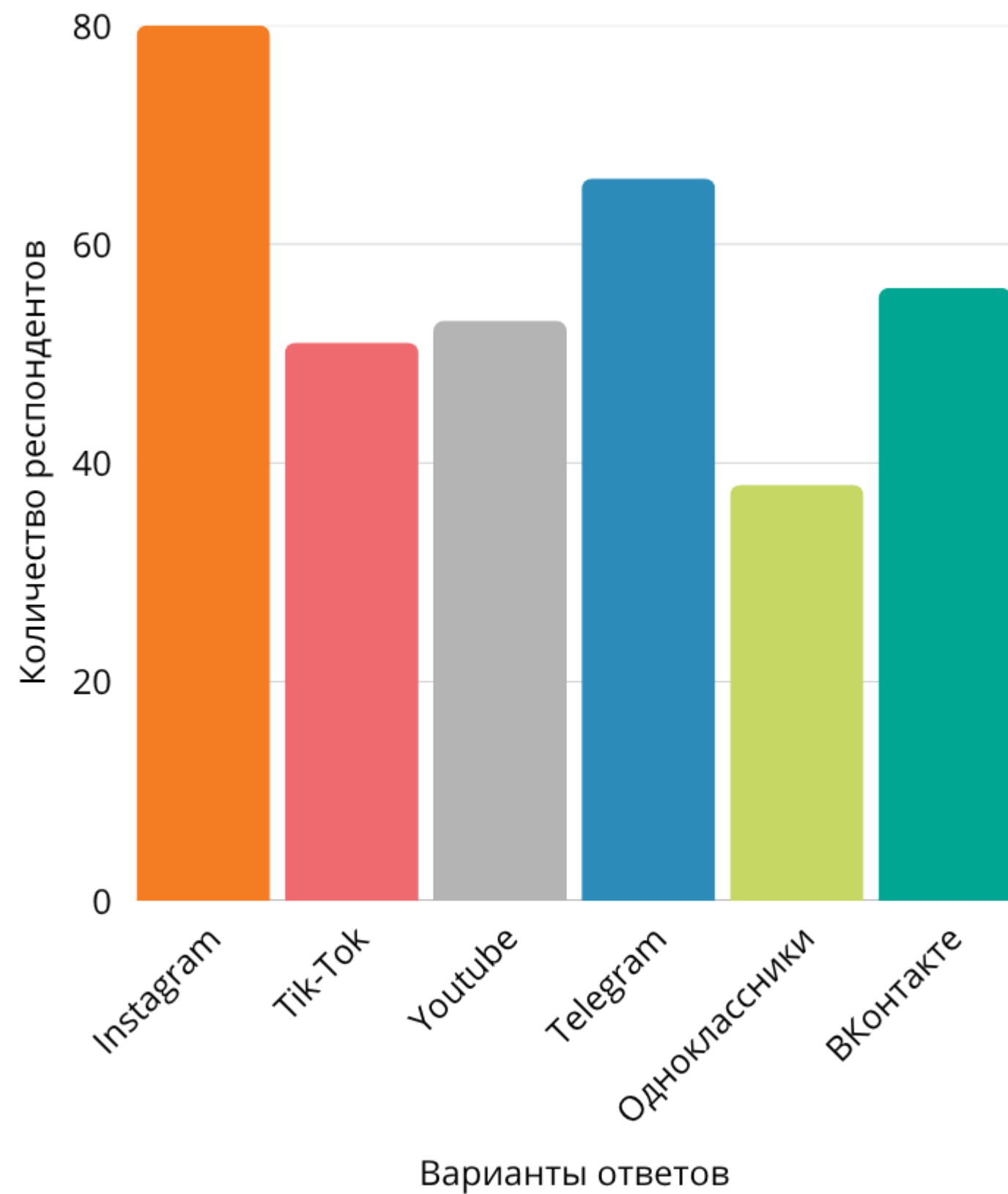




Многие пользователи просто **не знают** о **существовании** библиотечных **аккаунтов** или **не воспринимают** библиотеки как источник интересного онлайн-контента.

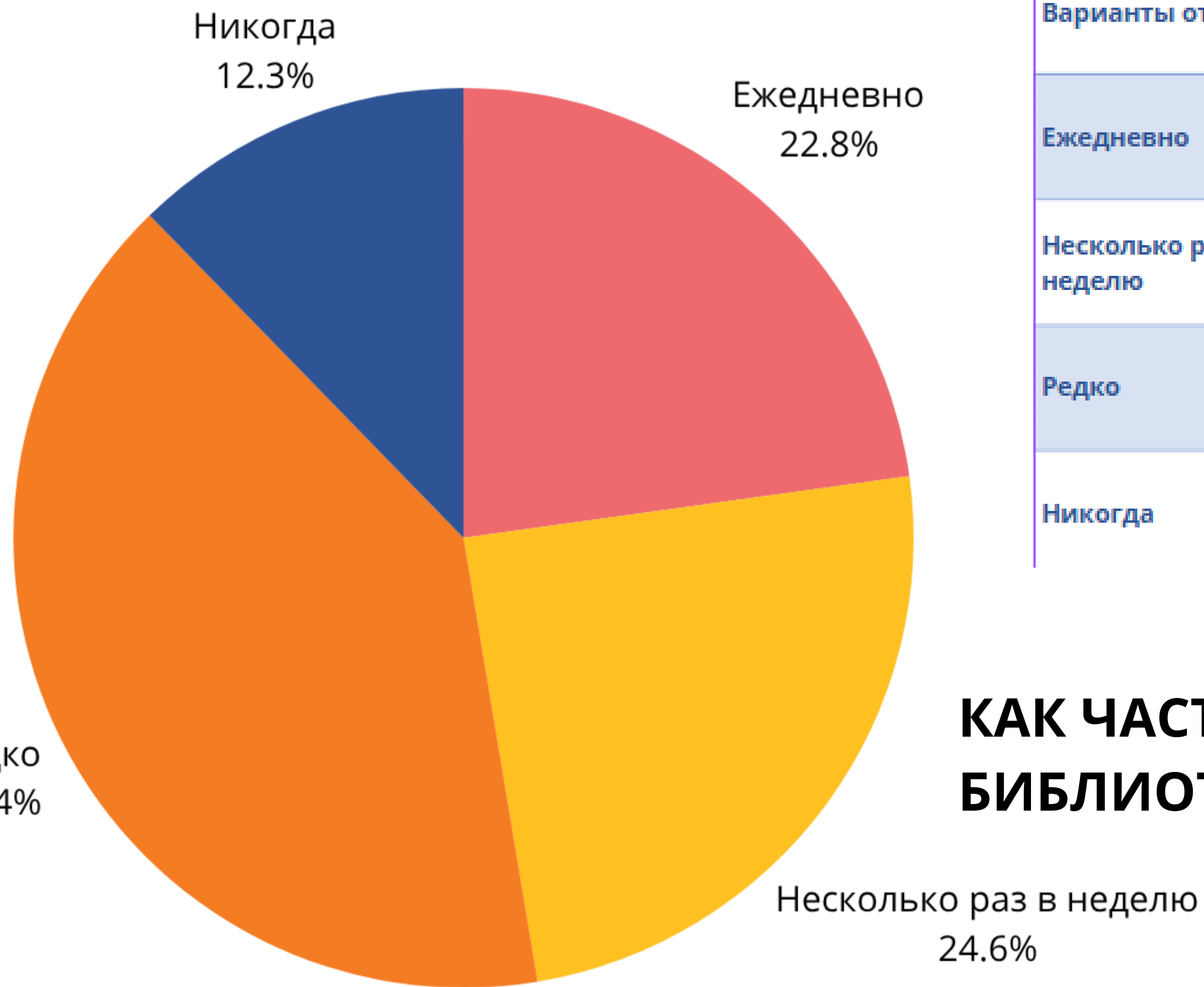


Эффективная реклама книжных новинок, мероприятий и услуг, проведение розыгрышей, прямых эфиров позволит привлечь новую аудиторию и удержать существующих пользователей.



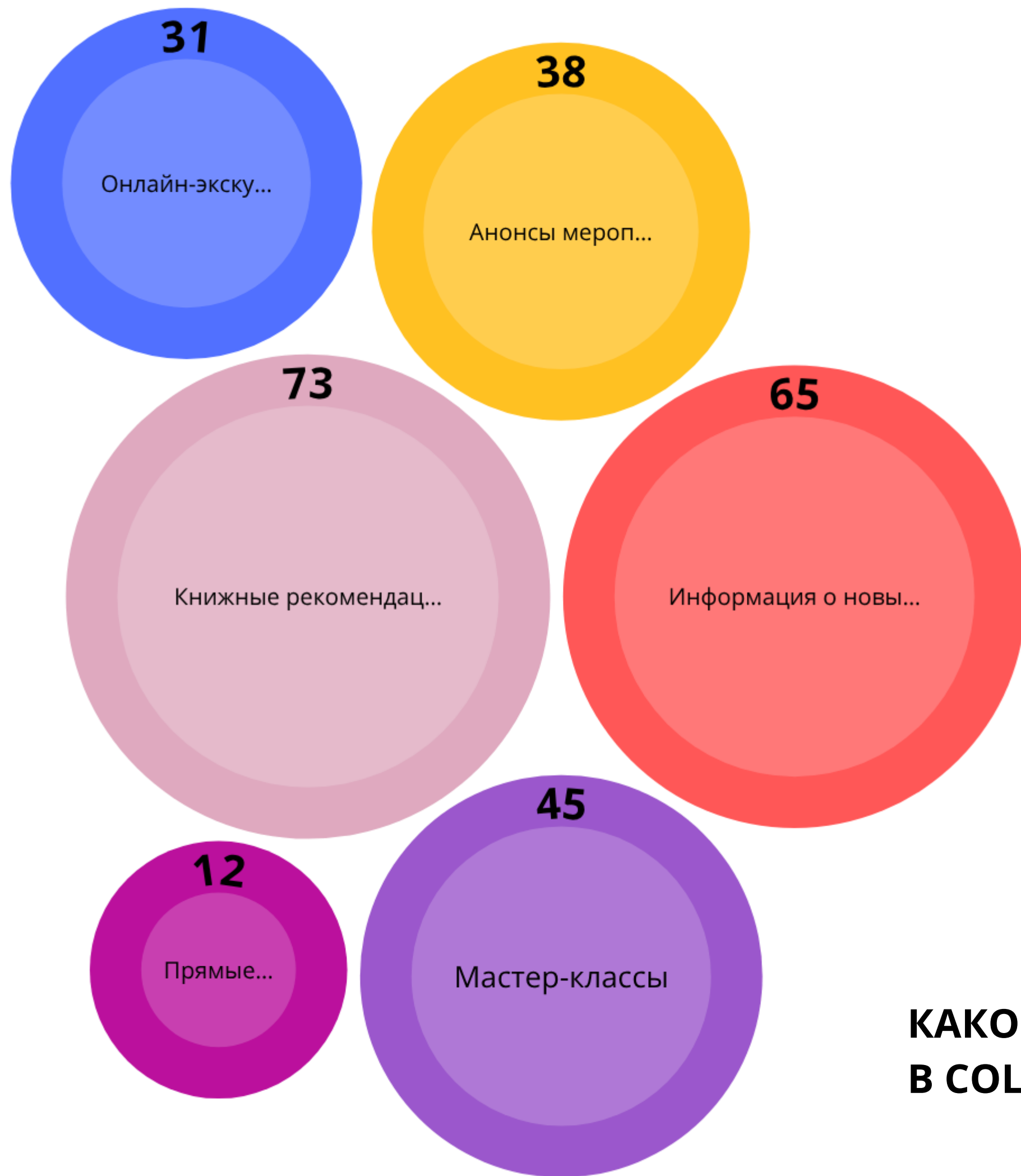
Варианты ответов	Количество респондентов	%
Instagram	80	66,10%
Tik-Tok	51	42,10%
Youtube	53	43,80%
Telegram	66	54,50%
Одноклассники	38	31,40%
ВКонтакте	56	46,30%

ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫ ЛИ ВЫ В КАКИХ-ЛИБО СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ? ЕСЛИ ДА, УКАЖИТЕ В КАКИХ ИМЕННО.



КАК ЧАСТО ВЫ ПОСЕЩАЕТЕ АККАУНТЫ БИБЛИОТЕК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?

Варианты ответов	Количество респондентов	%
Ежедневно	26	22,80%
Несколько раз в неделю	28	24,60%
Редко	46	40,40%
Никогда	14	12,30%



Варианты ответов	Количество респондентов	%
Анонсы мероприятий	38	33,30%
Мастер-классы	45	39,50%
Книжные рекомендации	73	64%
Информация о новых поступлениях	65	57%
Онлайн-экскурсии	31	27,20%
Прямые эфиры	12	10,50%
Другое:		
1. Информация про историю и традиции Республики Беларусь на белорусском языке	1. 1	1. 0,9%
2. Просмотр каждый день	2. 1	2. 0,9%

КАКОЙ КОНТЕНТ ВАМ БЫЛО БЫ ИНТЕРЕСНО ВИДЕТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ БИБЛИОТЕК?

Удобно, всегда нахожу необходимую информац...

57

Удобно, но есть что улучшить

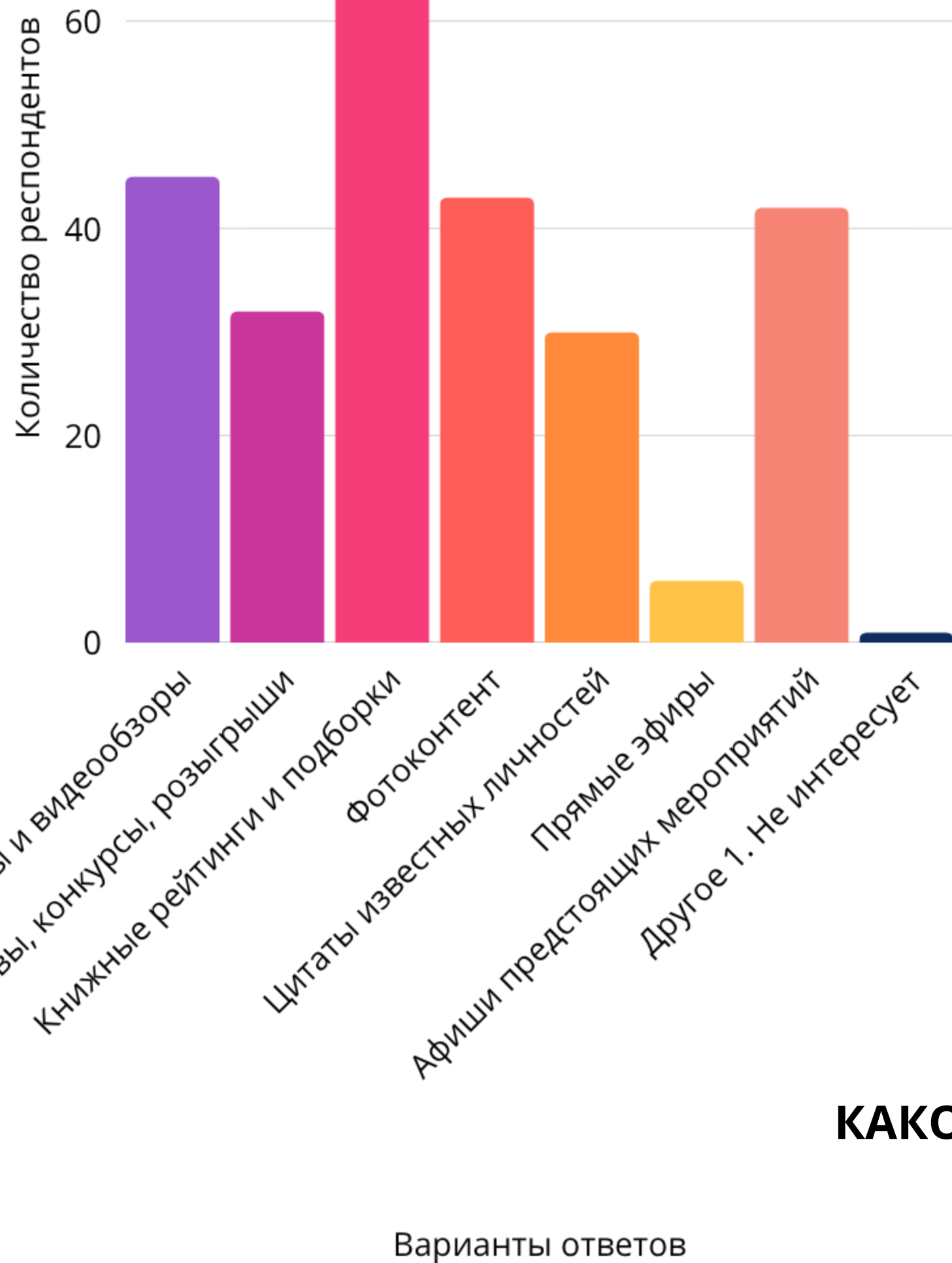
40

Неудобно

12

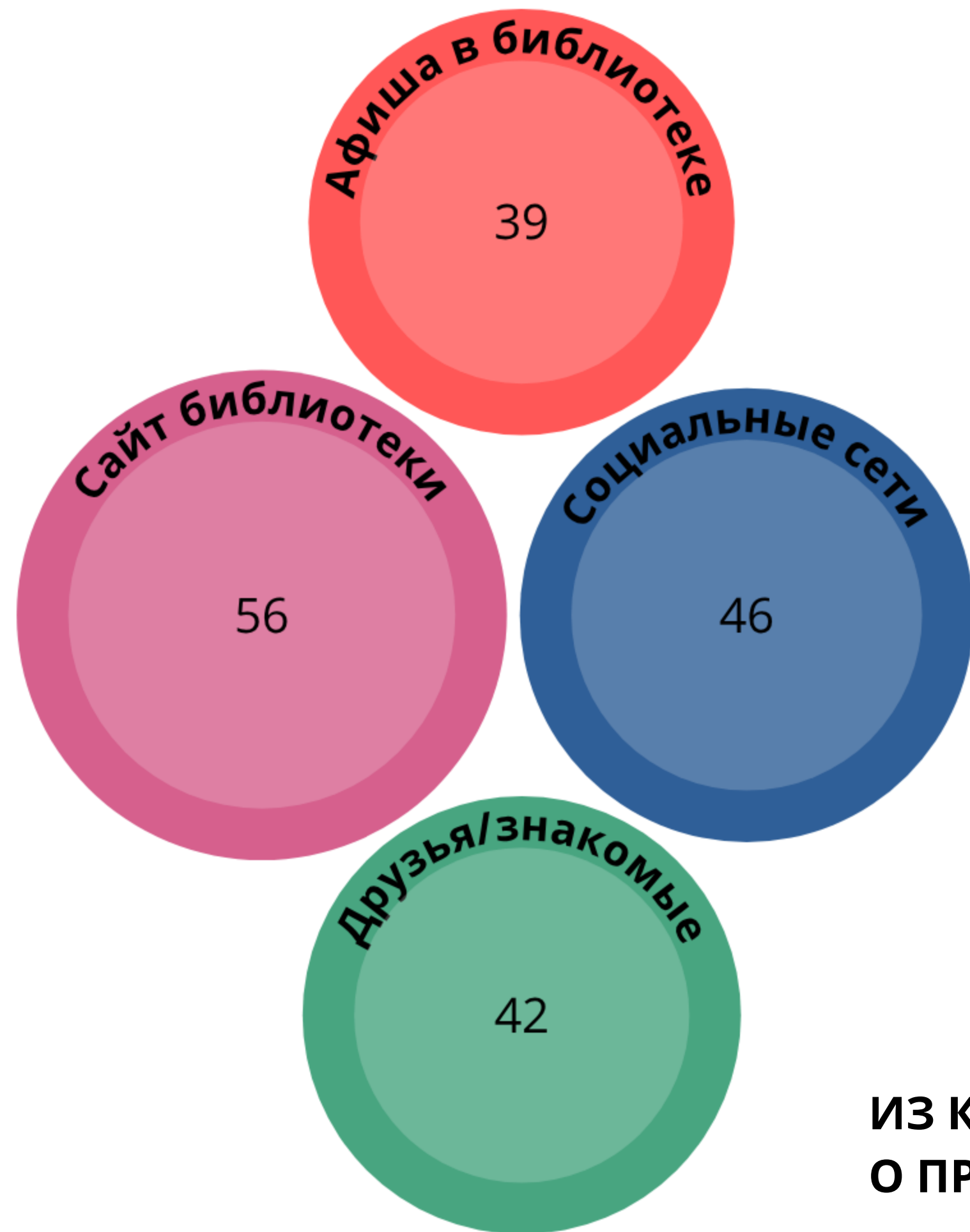
Варианты ответов	Количество респондентов	%
Удобно, всегда нахожу необходимую информацию	57	50%
Удобно, но есть что улучшить	40	35,10%
Неудобно	12	10,5%
Другое:		
1. Если информации нет, спрошу в директ	1	1,0,9%
2. Не знаю	2	2,0,9%
3. Больше информации о новых поступлениях	3	3,0,9%
4. Буду смотреть	4	4,0,9%

НАСКОЛЬКО УДОБНО ВАМ НАХОДИТЬ НЕОБХОДИМУЮ ИНФОРМАЦИЮ В АККАУНТАХ БИБЛИОТЕК?



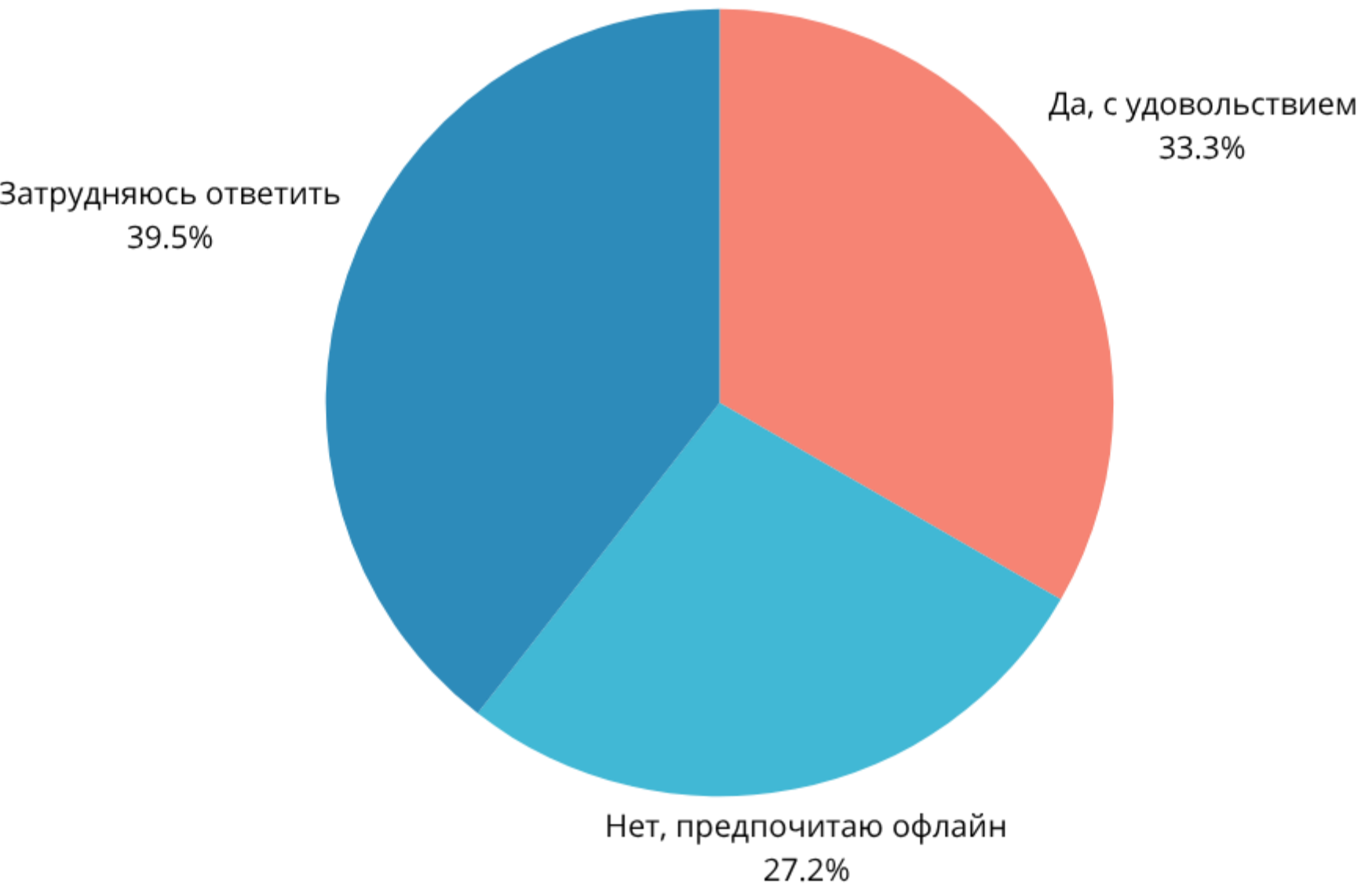
Варианты ответов	Количество респондентов	%
Буктрейлеры и видеообзоры	45	39,50%
Игровые интерактивы, конкурсы, розыгрыши	32	28,10%
Книжные рейтинги и подборки	71	62,30%
Фотоконтент	43	37,70%
Цитаты известных личностей	30	26,30%
Прямые эфиры	6	5,30%
Афиши предстоящих мероприятий	42	36,80%
Другое 1. Не интересуется	1	1,0,9%

КАКОЙ ФОРМАТ КОНТЕНТА ВАМ БЛИЖЕ ВСЕГО?



Варианты ответов	Количество респондентов	%
Друзья/знакомые	42	36,80%
Сайт библиотеки	56	49,10%
Афиша в библиотеке	39	34,20%
Социальные сети	46	40,40%
Другое		
1. В библиотеке	1. 1	1. 0,9%
2. Приглашение библиотекарей по телефону	2. 1	2. 0,9%
3. Нет таких	3. 1	3. 0,9%
4. Не интересует	4. 1	4. 0,9%
5. Не узнаю	5. 1	5. 0,9%

**ИЗ КАКИХ ИСТОЧНИКОВ ВЫ УЗНАЕТЕ
О ПРЕДСТОЯЩИХ МЕРОПРИЯТИЯХ В БИБЛИОТЕКЕ?**



Варианты ответов	Количество респондентов	%
Да, с удовольствием	38	33,30%
Нет, предпочитаю офлайн	31	27,20%
Затрудняюсь ответить	45	39,50%

ХОТЕЛИ БЫ ВЫ УЧАСТВОВАТЬ В ОНЛАЙН-МЕРОПРИЯТИЯХ БИБЛИОТЕК (МАСТЕР-КЛАССЫ, ВИКТОРИНЫ) ЧЕРЕЗ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ?

Варианты ответов	Количество респондентов	%
Затрудняюсь ответить/не знаю	12	11,9%
Всё устраивает/хорошо	17	16,8%
Книжные обзоры	11	10,9%
Онлайн-мероприятия	3	2,9%
Мастер классы	2	1,9%
Регулярные публикации	8	7,9
Больше интересной информации	6	5,9
Информации о новинках	5	4,9
Реклама	5	4,9
Больше интерактива	3	2,9
Красочный контент	6	5,9
<u>Мемы</u> /приколы	2	1,9
Контент для подростков	2	1,9
Актуальный\современный контент	6	5,9
Другое:		
1.Да	1.1	1. 0,9%

2.Нанять SMM специалиста	2.1	2. 0,9%
3.Нет предела совершенству	3.1	3. 0,9%
4.Биография писателей	4.1	4. 0,9%
5.Приглашать гостей	5.1	5. 0,9%
6.Вечернее чтение сказок	6.1	6. 0,9%
7.Больше видео	7.1	7. 0,9%
8.Не перегружать <u>соцсеть репостами</u>	8.1	8. 0,9%
9. Добавление отдельных массивов информации по категориям	9.1	9. 0,9%
10.Поработать с <u>визуалом</u>	10.1	10. 0,9%
11.Лайфстайл библиотеки, «внутренняя кухня»	11.1	11. 0,9%
12.Формат книжного блога	12.1	12. 0,9%
13.Привезти книги о машинах	13.1	13. 0,9%

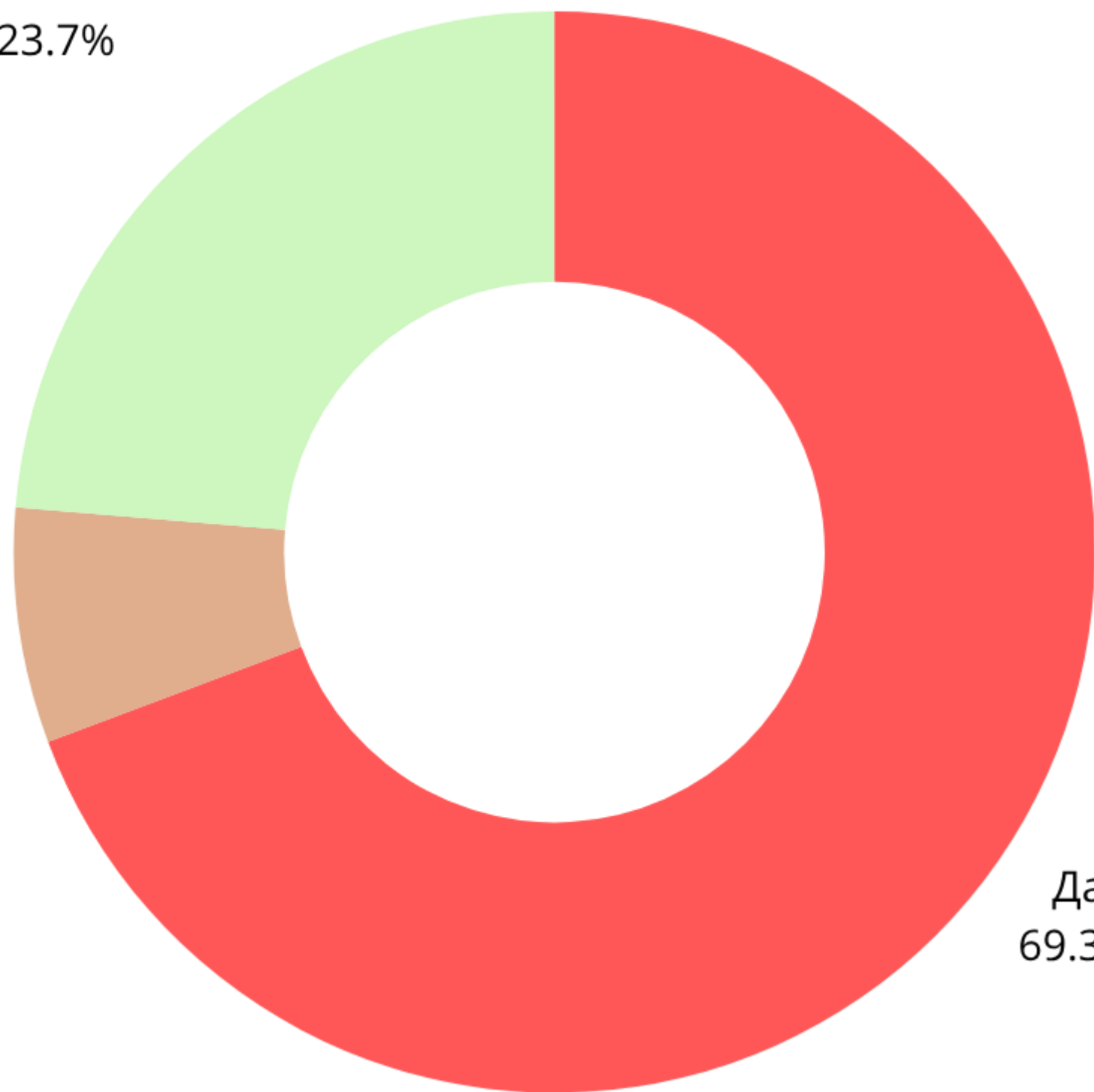
КАК, НА ВАШ ВЗГЛЯД, МОЖНО УЛУЧШИТЬ АККАУНТЫ БИБЛИОТЕК В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?

Затрудняюсь ответить

23.7%

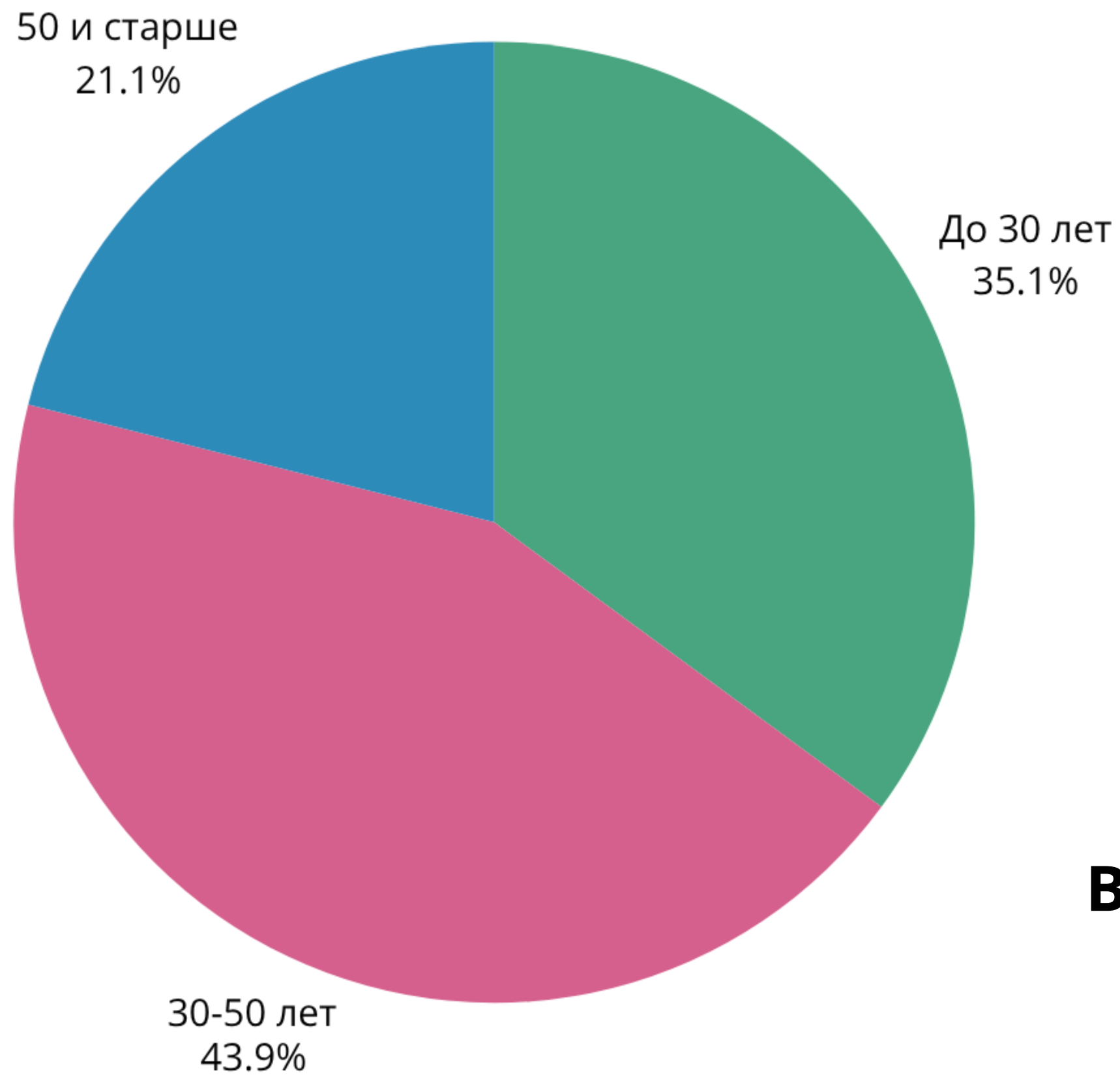
Нет
7%

Да
69.3%



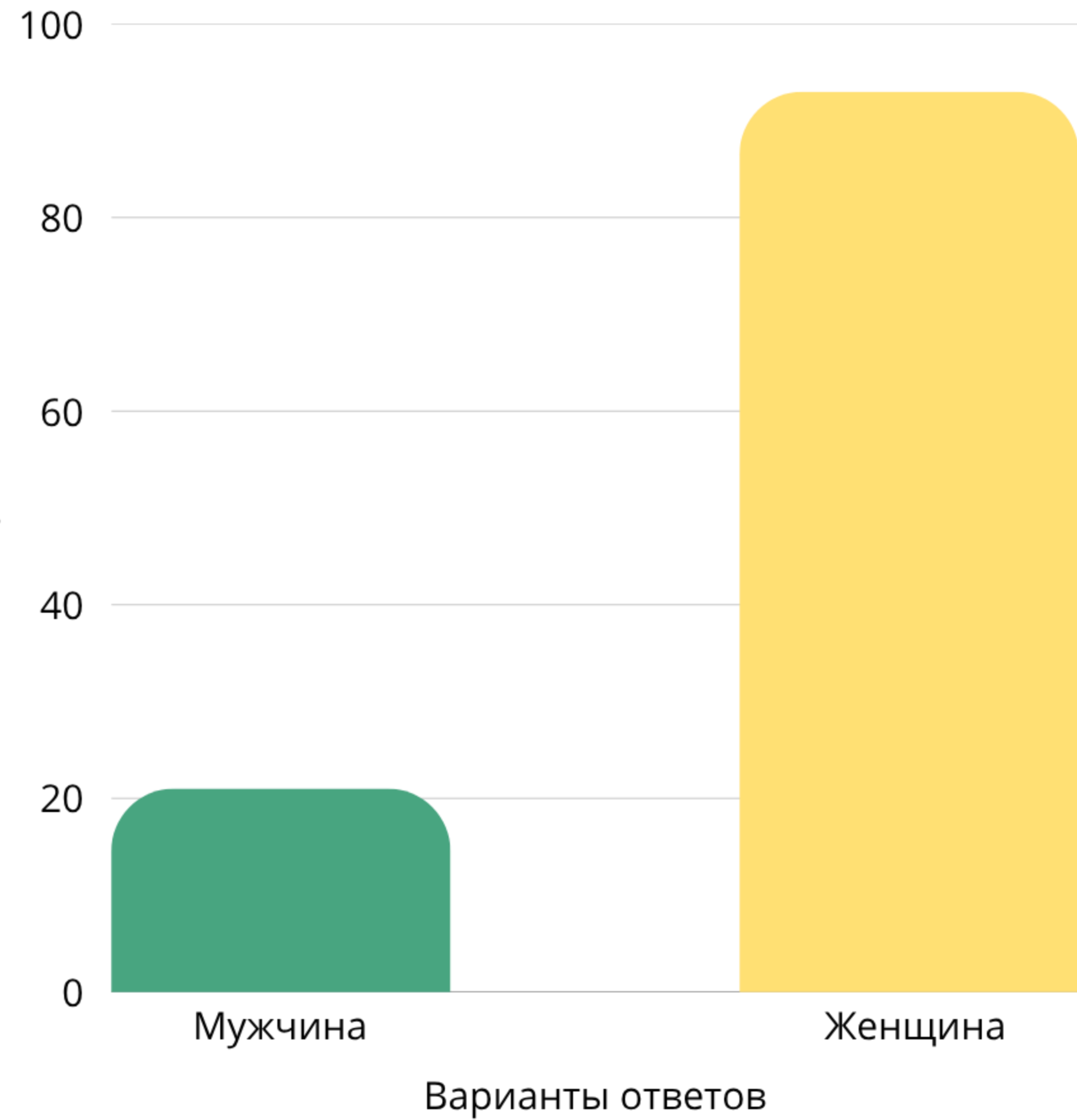
Варианты ответов	Количество респондентов	%
Да	79	69,30%
Нет	8	7%
Затрудняюсь ответить	27	23,70%

**ВЫ БЫ ПОРЕКОМЕНДОВАЛИ
БИБЛИОТЕЧНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ
СЕТИ ДРУЗЬЯМ?**



Варианты ответов	Количество респондентов	%
До 30 лет	40	35,10%
30-50 лет	50	43,90%
50 и старше	24	21,10%

ВАШ ВОЗРАСТ?



Варианты ответов	Количество респондентов	%
Мужчина	21	18,40%
Женщина	93	81,60%

ВАШ ПОЛ?




Эффективная стратегия продвижения библиотек в соцсетях должна учитывать **возрастные** и **гендерные особенности** пользователей, предлагая каждой группе, соответствующий их интересам контент: **от классических книжных обзоров для основной аудитории до современных интерактивных форматов для молодёжи.**

- ✓ Более красочный и современный контент;
- ✓ меньше репостов;
- ✓ больше интерактива.



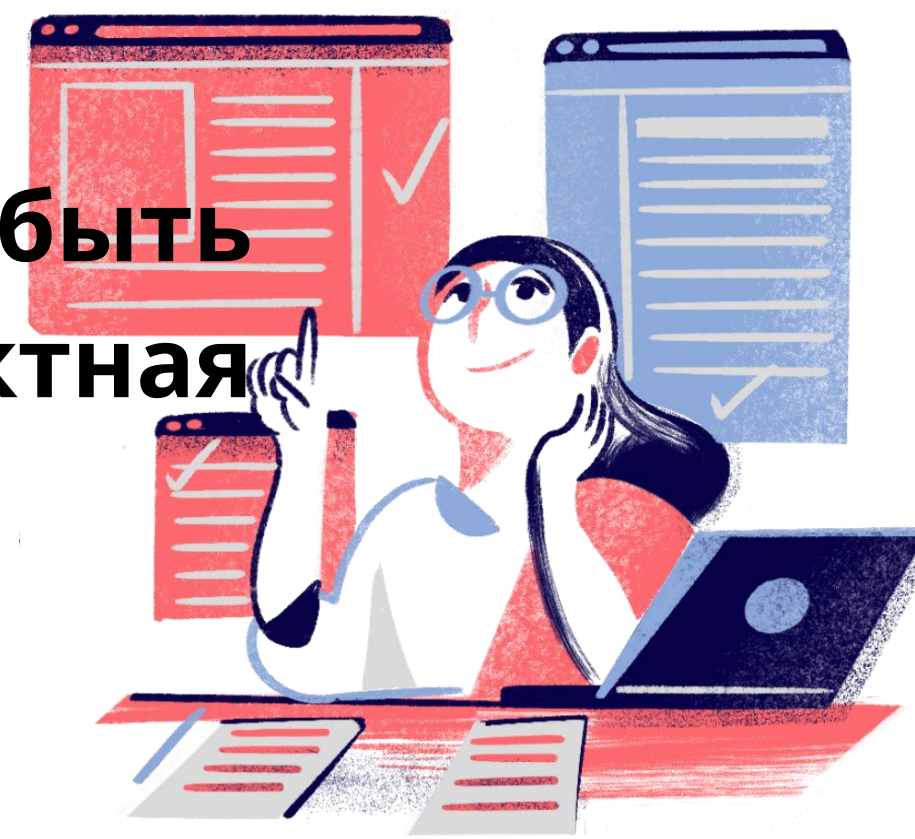
Для роста аккаунта необходимо сделать подаваемую **информацию** более **разнообразной, удобной** и **ориентированной** на запросы аудитории, активнее **продвигать мероприятия** через **сайт и соцсети**. **Регулярный анализ обратной связи** поможет превратить социальные сети библиотек в востребованный ресурс для читателей.



**Задача библиотеки – дать актуальную
информацию для посетителей,
потребителей услуг, жителей города.**

- **Посещения;**
- **Участия в мероприятиях и др.**
- **Часы работы;**
- **Изменениях в графике работы;**
- **Адреса;**
- **Способы добраться на транспорте;**
- **Правила посещения;**
- **Что нужно взять с собой;**
- **Нужно ли заранее записываться;**
- **Анонсы предстоящих мероприятий;**
- **Отчеты о прошедших мероприятиях;**
- **Новые поступления фонда.**

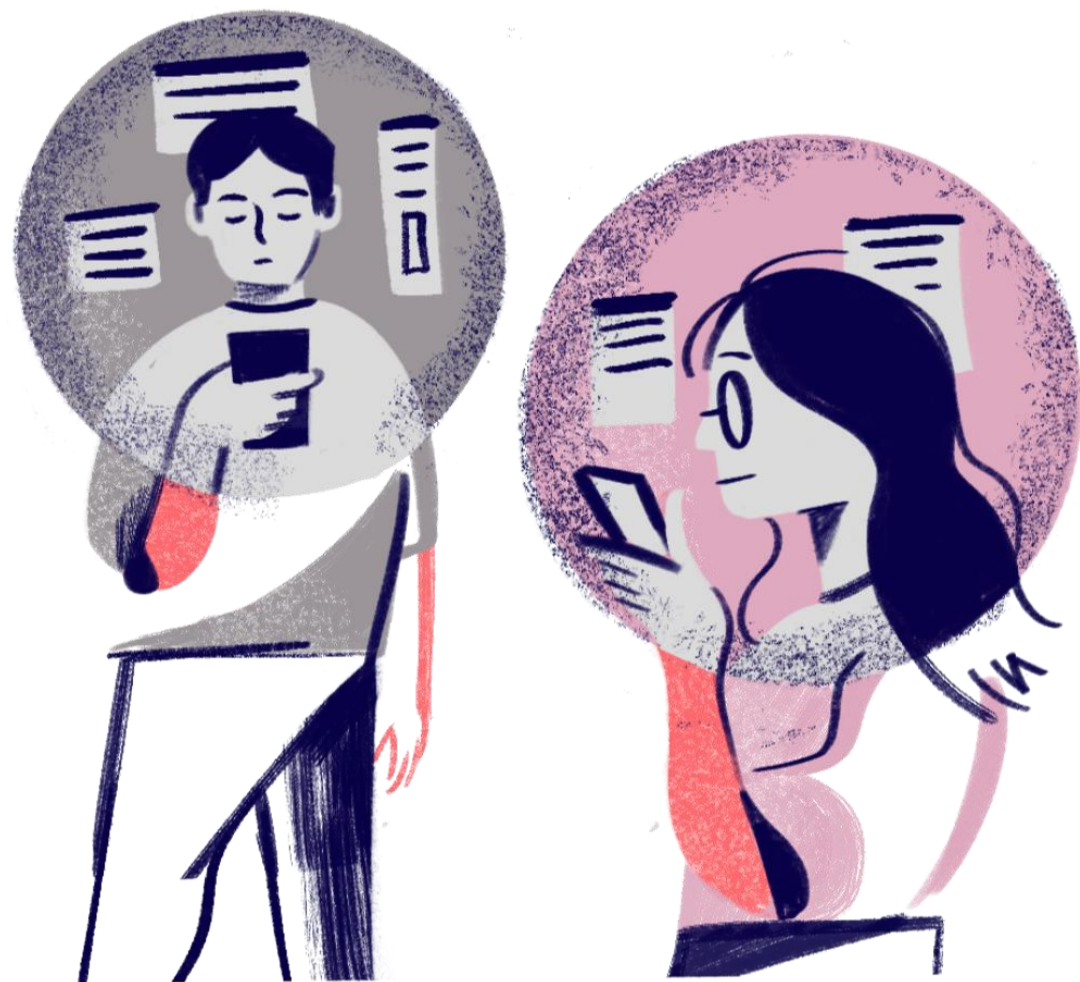
- **Страница учреждения должна иметь официальный статус (желательно).**
- **На аватарке должен использоваться логотип ведомства.**
- **В описании канала или страницы должна быть приведена вся необходимая контактная информация.**



**Для женщин 30-50 лет (основной аудитории) –
книжные обзоры, авторские колонки,
рецензии;**



**Для молодежи – интерактивные форматы:
викторины, розыгрыши и челленджи;**



**Для старшего поколения – простые
и понятные тематические рубрики.**

Сделать удобную навигацию через хештеги,
оптимизировать контент для мобильных
устройств и регулярно анализировать статистику.

Уделить внимание качеству, оригинальности
публикуемого фото и видеоконтента.



Система обратной связи через опросы и
ответы на комментарии

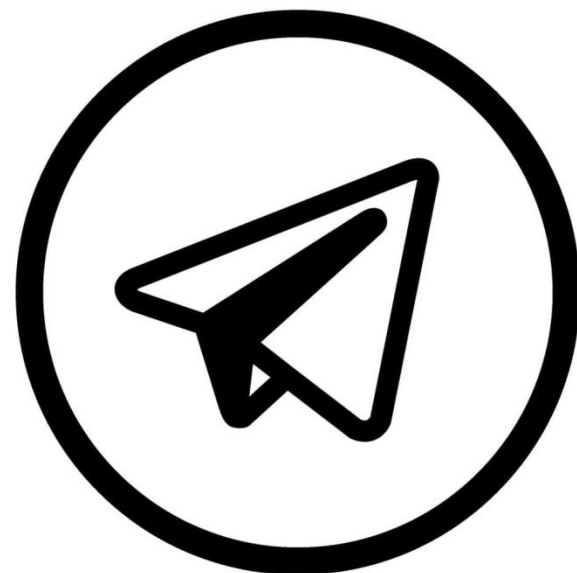
Совмещать онлайн- и офлайн-активности



Государственное учреждение культуры
«Централизованная библиотечная система г. Гродно»
Городская центральная библиотека им. А. Макаёнка
Отдел маркетинга



www.cbibl.by



Библиотеки города Гродно