**Аналитическая справка по итогам оценки качества условий оказания и**

**доступности предоставляемых услуг в библиотеках МУК ТБС**

С целью повышения качества условий оказания библиотечных услуг, продвижения библиотечно-информационного обслуживания в сети Интернет, а также улучшения качества контента в социальных сетях, в рамках независимой оценки качества условий оказания и доступности предоставляемых услуг был проведен мониторинг общественного мнения

населения города Тулы: **«Социальные медиа как среда для продвижения и развития библиотек».**

Основным методом исследования было выбрано анкетирование. Анкетирование проводилось с 18 октября по 15 ноября 2021 года в онлайн формате на официальном сайте МУК ТБС.

Анкета состояла из 17 вопросов, построенных как закрытые – анкетный вопрос, на который респонденту были предложены готовые варианты ответов, так и открытые, где респонденты могли самостоятельно сформулировать свои варианты ответов на специально отведенном для этого месте.

В качестве объекта исследований выступали жители города Тулы.

В анкетировании приняли участие **1012 респондентов**.

Возрастные группы опрошенных в процентном соотношении распределились следующим образом:

* до 25 лет - 295 чел. (29,2%);
* 26-40 лет - 288 чел. (28,5%);
* 41-60 лет - 276 чел. (27,3%);
* старше 60 лет - 153 чел. (15,1%).

В опросе приняли участие 658 женщин (65% от общего числа опрошенных) и 354 мужчины (35% от общего числа опрошенных).

По категориям респонденты в процентном соотношении распределились следующим образом:

* учащийся - 161 чел. (15,9%);
* студент - 123 чел. (12,2%);
* рабочий - 212 чел. (20,9%);
* служащий - 313 чел. (30,9%);
* пенсионер - 191 чел. (18,9%);
* другое - 12 чел. (1,2%).

Результаты мониторинга показали, что более 93% из числа опрошенных, являются пользователями библиотек МУК ТБС.

**Оценка уровня посещаемости сайта МУК ТБС, удобства интерфейса, доступности электронных сервисов**

На вопрос «Как часто Вы посещаете сайт библиотеки» были предложены варианты ответов, которые распределились следующим образом:

* практически каждый день - 80 чел. (7,9%);
* 1-2 раза в неделю - 180 чел. (17,8%);
* несколько раз в месяц - 366 чел. (36,2%);
* несколько раз в год - 289 чел. (28,6%);
* не посещаю - 97 чел. (9,6%).

97 человек (9,6%), ответивших, что не посещают сайт МУК ТБС, вероятнее всего проходили анкетирование в социальной сети Вконтакте, на базе которой также проводился мониторинг.

Полученные данные свидетельствуют о том, что сайт МУК ТБС достаточно востребован у пользователей, но, тем не менее, необходимо продолжать работать над привлечением посетителей: регулярно публиковать свежие новости, интересные тематические статьи, различные полезные материалы, методические пособия и т.д., которые будут способствовать вовлеченности пользователей и увеличению посещаемости сайта.

Ответы на вопрос «Позволяют веб-страницы сайта МУК ТБС без проблем находить нужную вам информацию?» распределились следующим образом:

* да - 633 чел. (60%);
* нет -105 чел. (10,4%);
* не знаю, не могу ответить - 274 чел. (27,1%).

На вопрос анкеты «Знаете ли вы об электронных сервисах на нашем сайте?» респонденты выбрали следующие варианты ответов:

* знаю и активно пользуюсь электронными сервисами - 220 чел. (21,8%);
* знаю об электронных сервисах библиотеки, но пользуюсь ими редко - 374 чел. (37%);
* знаю, но не пользуюсь - 296 чел. (29,2%);
* ничего не знаю об электронных сервисах - 122 чел. (12,1%).

Более 50% респондентов считают, что веб-страницы сайта позволяют находить нужную им информацию. Осведомленность об электронных сервисах на сайте достаточна высока у пользователей, но пользуются они ими редко.

В целях повышения качества условий оказания библиотечных услуг, продвижения библиотечно-информационного обслуживания в сети Интернет, необходимо продолжить работу:

* по продвижению данного вида услуг, повышая информированность пользователей об электронных сервисах;
* над интерфейсом сайта, сделать его более удобным и технологичным, веб-страницы более интересными и интерактивными.

**Оценка уровня востребованности социальных сетей**

**МУК «Тульская библиотечная система», содержания, наполнения, стиля общения**

Работа библиотеки в социальных сетях - это необходимое направление деятельности в наши дни, неотъемлемая часть повседневной работы. Библиотеки МУК «Тульская библиотечная система» активно ведут аккаунты в соцсетях: Вконтакте, Инстаграм и Твиттер.

По данным опроса среди пользователей библиотек первое место занимает социальная сеть Вконтакте - 872 чел. (86,2%); на втором месте Инстаграм - 258 чел. (25,5%) и замыкает тройку Твиттер - 93 чел. (9,2%). Некоторые пользователи подписаны на одну и более социальную сеть.

На вопрос «С какой целью вы заходите на наши странички в социальных сетях?» были даны следующие ответы:

* для получения развлекательного контента - 373 чел. (36,9%);
* для получения информационного контента - 609 чел. (60,2%);
* для получения справочной информации - 343 чел. (33,9%).

На вопрос анкеты «Где Вам удобнее получать информацию о планируемых мероприятиях?» ответы распределились следующим образом:

* на информационных стендах в библиотеках - 400 чел. (39,5%);
* на официальном сайте - 356 чел. (35,2%);
* в социальных сетях - 617 чел. (61%).

Данные ответы позволяют сделать вывод о том, что социальная сеть Вконтакте – это та сеть, на которую больше всего ориентируются пользователи библиотек. Из полученных данных видно, что пользователи посещают библиотечные сообщества в социальных сетях для получения разного рода информации - как для новостной, так и развлекательной.

Необходимо продолжить работу по актуализации и оперативному размещению информации о деятельности библиотек, предоставляемых услугах в социальных сетях МУК ТБС, на сайте учреждения МУК ТБС и на информационных стендах в библиотеках.

Социальные сети – это площадка для общения, обмена мнениями, способ получать обратную связь от читателей, продвигать услуги и другие направления деятельности библиотеки. При такой работе важную роль играет стиль общения в сети. По мнению наших пользователей - 414 чел. (40,9%) предпочитают разговорный стиль общения, 254 чел. (25,1%) выбрали публицистический, 202 чел. (20%) официально-деловой и 142 чел. (14%) художественный стиль.

**Оценка актуальности, востребованности, эффективности, наполняемости контента социальных сетей МУК ТБС**

Одним из важных моментов работы в социальных сетях является их наполнение, контент. Инструментами в такой работе являются профессиональные посты, репосты, рубрики, анонсы мероприятий или событий и т.д.

Для выявления читательских предпочтений в литературе у наших пользователей, для наполнения интернет-пространства социально ценным контентом, помощи людям ориентироваться в литературном потоке, был предложен следующий вопрос анкеты, где респонденты могли выбрать один и более из предложенных вариантов ответов: «Посты на какие темы вам были бы интересны в социальных сетях?». Ответы распределились следующим образом:

* культура - 428 чел. (42,3%);
* искусство - 302 чел. (29,8%);
* наука - 242 чел. (23,9%);
* история - 405 чел. (40%);
* краеведение - 354 чел. (35%);
* литература - 552 чел. (54,5%);
* психология - 2 чел. (0,2%);
* цветоводство - 1 чел. (0,1%);
* православие - 1 чел. (0,1%);
* о предприятиях города - 1 чел. (0,1%);
* животные - 1 чел. (0,1%);
* религия - 1 чел. (0,1%);
* библиография - 1 чел. (0,1%);
* правила этикета - 1 чел. (0,1%);
* спорт и здоровье - 1 чел. (0,1%);
* социология - 1 чел. (0,1%);
* путешествия -1 чел. (0,1%);
* мне в помощь профессии -1 чел. (0,1%);
* фантастика - 1 чел. (0,1%);
* спорт и здоровье - 1 чел. (0,1%);
* сельское хозяйство -1 чел. (0,1%);
* рыбалка – 1 чел. (0,1%);
* ведение домашнего хозяйства – 1 чел. (0,1%).

Ответы на данный вопрос анкеты помогают понять, на какие ключевые темы необходимо ориентироваться при размещении постов: литература, культура, история, краеведение, искусство и наука - наиболее интересны нашим пользователям в социальных сетях.

Для привлечения внимания подписчиков к этим и другим темам, для освещения фондов библиотеки на страницах сети Вконтакте библиотек МУК ТБС ведутся рубрики. С их помощью можно привлечь внимание подписчиков к разного рода литературе, порекомендовать книги, поделиться интересными фактами, узнать о предстоящих мероприятиях и т.д.

Для выявления наиболее востребованных рубрик респондентам был предложен следующий вопрос: «Какие из наших рубрик Вконтакте вам более всего интересны?»:

* #афишаТула@libtbs - 379 чел. (37,5%);
* #событиевТуле@libtbs - 351 чел. (34,7%);
* #слушаемкниги@libtbs - 192 чел. (19%);
* #ЛитературнаяПауза@libtbs - 138 чел. (13,6%);
* #литературавживописи@libtbs - 141 чел. (13,9%);
* #любопытныефакты@libtbs - 326 чел. (32,2%);
* #помогаеткнига@libtbs - 156 чел. (15,4%);
* #словодня@libtbs - 128 чел. (12,6%);
* #Книга\_с\_полки@libtbs - 199 чел. (19,7%);
* #цитатадня@libtbs - 180 чел. (17,8%);
* #виртуальнаявыставка@libtbs - 134 чел. (13,2 %);
* #виртуальнаяэкскурсия@libtbs - 167 чел. (16,5%);
* #Любимые\_книги\_известных\_людей@libtbs - 174 чел. (17,2%);
* #КнигаVSФильм - 196 чел. (19,4%);
* #видеообзор@libtbs - 110 чел. (10,9%);
* #Конкурс@libtbs - 95 (9,4%);
* #ЛитНовости@libtbs - 141 чел. (13,9%);
* #Книгли\_рекомендует@libtbs - 141 чел. (13,9%);
* #Отдел\_фондов\_информирует@libtbs - 85 чел. (8,4%).

Данные опроса показывают, что все рубрики, которые ведутся в социальной сети Вконтакте, нашли своего читателя, они привлекают внимание подписчиков. Наиболее востребованы рубрики: #афишаТула@libtbs, #событиевТуле@libtbs, #любопытныефакты@libtbs, #Книга\_с\_полки@libtbs, #КнигаVSФильм.

Для выявления нового способа взаимодействия с аудиторией в социальных сетях активно применяется сторителлинг. Это умение передавать информацию через истории и примеры. Выделяют два типа сторителлинга –подкасты и видеоблоги.

На вопрос: «Какой тип сторителлинга Вы бы хотели видеть на наших страницах в социальных сетях» ответы распределились следующим образом:

* подкасты - 432 чел. (41,8%);
* видеоблоги - 589 чел. (58,2%).

На заключительный вопрос анкеты «Принимаете ли Вы участие в мероприятиях, которые проводит Тульская библиотечная система на официальном сайте, в социальных сетях (конкурсы, викторины, опросы) респонденты ответили следующим образом:

* да - 430 чел. (42,5%);
* нет - 582 чел. (57,5%).

По нашему мнению, ответ «нет» на данный вопрос получил больший процент из-за возрастного диапазона участников опроса. Люди пенсионного возраста менее активны в социальных сетях.

Решение данного вопроса видится в следующем: совершенствование дизайна официального сайта для более удобной навигации, адаптация контента в социальных сетях для всех возрастов пользователей, активная агитация в интернет пространстве с целью привлечения пользователей к участию в онлайн-мероприятиях.

Помимо вопросов, включенных в анкету, респондентам была предложена возможность изложить свои предложения и пожелания по улучшению качества условий оказания библиотечных услуг, контента социальных сетей. Респонденты благодарили сотрудников библиотек за организацию работы по ведению социальных сетей, интересный контент. Основными пожеланиями пользователей являлись: пополнение книжного фонда новинками современной литературы и книгами по краеведению; проведение конкурсов и иных мероприятий в социальных сетях с ценными призами.

**Подводя общий итог мониторинга «Социальные медиа как среда для продвижения и развития библиотек» следует констатировать следующее:**

1. Полученные данные показали, что сайт МУК ТБС достаточно востребован у пользователей, более 50% респондентов считают, что веб-страницы сайта позволяют находить нужную им информацию.
2. Осведомленность об электронных сервисах на сайте достаточна высока у пользователей, но пользуются они ими редко. Необходимо продолжить работу по продвижению данного вида услуг.
3. Данный опрос показал, что социальная сеть Вконтакте - это та сеть, на которую больше всего ориентируются пользователи библиотек.
4. Пользователи социальных сетей посещают библиотечные странички, в первую очередь для получения разного рода информации, и уже потом для развлечения.
5. Данные опроса показали ключевые темы, на которые необходимо ориентироваться при размещении постов в социальных сетях: литература, культура, история, краеведение, искусство и наука.
6. Данные опроса показали, что все рубрики, которые ведутся в социальной сети ВКонтакте нашли своего читателя, они привлекают внимание подписчиков, востребованы и актуальны.
7. Для пользователей социальных сетей МУК ТБС предпочтителен разговорный стиль общения.

**Предложения по улучшению качества условий оказания библиотечных услуг, продвижения библиотечно-информационного обслуживания в сети Интернет, а также улучшения качества контента в социальных сетях:**

1. Необходимо продолжить работу по актуализации и оперативному размещению информации о деятельности библиотек, предоставляемых услугах в социальных сетях МУК ТБС, на сайте учреждения МУК ТБС и на информационных стендах в библиотеках.
2. Продолжить работу над интерфейсом сайта, сделать его более удобным и технологичным, веб-страницы более интересными и интерактивными, продвигать услуги электронных сервисов.
3. Продолжить работу над привлечением посетителей к сайту МУК ТБС, продолжая публиковать свежие новости, интересные тематические статьи, различные полезные материалы, методические пособия и т.д., которые будут способствовать вовлеченности пользователей и увеличению посещаемости сайта.
4. Проводить онлайн опросы пользователей для получения обратной связи, выявлению читательских предпочтений в литературе, пожеланий для наполнения интернет-пространства социальных сетей.
5. Необходимо своевременно реагировать на действия пользователей, а именно учитывать какой контент наиболее интересен, какие посты и рубрики получают больше лайков и комментариев.
6. Применять новые способы взаимодействия с аудиторией в социальных сетях: уделять особое внимание конкурсам и соревнованиям; делиться видео; добавлять хэштэги на актуальные темы и т.д.
7. Необходимо постоянно проводить работу в социальных сетях, повышая при этом качество контента, эффективность деятельности библиотеки, делать ее более привлекательной для читателя, активно продвигать свои ресурсы, моделировать и участвовать в создании медиареальности в целом.
8. Проводить регулярный мониторинг общественного мнения о качестве условий оказания услуг в библиотеках МУК ТБС, оперативно и эффективно реагировать на запросы пользователей.