

Краевое государственное бюджетное научное учреждение культуры

**«ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА»**

**ОТДЕЛ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ И НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОЙ РАБОТЫ**

**ПРОДВИЖЕНИЕ ЧТЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА**

---

*Методические рекомендации*

Составитель Елена Николаевна Бойнякшина

ХАБАРОВСК 2018

Падение престижа чтения сегодня — общемировая тенденция и факторов, её обуславливающих, множество. Один из них — вытеснение чтения как источника информации новыми аудиовизуальными и электронными средствами массовой информации, социальными сетями, виртуальными развлечениями. Поднять престиж чтения, показать, как необходимо оно для развития интеллекта, сформировать общественное позитивное мнение о чтении — это задачи сегодняшнего дня.

Поскольку в современных условиях Интернет — это источник информации и место для общения, особенно молодёжной аудитории, его нужно активно использовать в пропаганде книги и чтения. В «Концепции программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации» Председатель Правительства Российской Федерации Д. Медведев обращает внимание на формирование системы продвижения литературы в медиа сфере с вовлечением в эту деятельность общественно значимых фигур и использованием всех каналов коммуникации, разрабатывать систему творческих соревнований и конкурсов, в том числе национальных и региональных в виртуальной среде, вовлекать в интернет-сообщества (через социальные сети) в литературные и читательские акции, ориентированные преимущественно на детей и юношество.

***Медиа — вся совокупность средств аудио-, теле- и визуальной коммуникации. Средствами интернет-коммуникаций могут быть сайты, блоги, социальные сети.***

Для того чтобы продвигать чтение в виртуальной среде нужно создавать соответствующий контент.

#### ***Требования к контенту***

- Любой текстовый материал должен быть проиллюстрирован.
- Тексты должны быть интересны и информативны для пользователя.
- Обновляемость контента должна быть ежедневна.

В итоге созданный Вами контент должен проинформировать, привлечь внимание, вызвать желание обратиться к книге.

Структура контента для продвижения чтения состоит из нескольких частей: знакомство с книжными новинками, рекомендациями к прочтению, информации об электронных книжных ресурсах и мероприятиях, направленных на популяризацию книги, отзывами на книги.

Сайт библиотеки — это её представительство в Интернет, его главная задача — предоставлять информацию удалённому пользователю, который, может быть, и никогда не придёт в библиотеку по причине отдалённости, но, он будет вашим пользователем: собеседником, соавтором, читателем.

## **Формирование контента для продвижения чтения**

### **Рубрики**

**Информирование о книгах.** Его цель — регулярное оповещение о выходе новых изданий, о полученных библиотекой новинках, а также об имеющейся в данной библиотеке литературе по тем темам и проблемам, которые интересуют читателей. Источником информации о фонде является выставочная деятельность, в виртуальном пространстве это будут виртуальные выставки, им будет соответствовать рубрика «**Виртуальные выставки**». Виртуальные выставки могут быть тематическими, представлять новинки, или часто спрашиваемые книги.

Интерес у читателей вызовет рубрика «**Книга дня**». Каждый день в этой рубрике должна появляться новая книга из новых поступлений фонда или самая востребованная читателями. Рубрику можно сделать в нескольких вариантах: отсканированная обложка с аннотацией, либо ещё добавить ссылку на её полный текст в электронной библиотеке.

В МБУ МИБС г. Новокузнецка (Кемеровская область) существует рубрика «**Афиша книги**», где размещаются афиши новых и популярных книг, выполненные в виде коллажа, состоящего из аннотации на книгу, отзыва на неё, информации о писателе и портрета писателя.

Следующие **ориентирующие виды рубрик** оказывают помощь читателю в выборе книг новых авторов или классики. В этих рубриках дают рекомендации к прочтению сами библиотекари, читатели или известные люди. Примеры таких рубрик: рубрика **«Выбор читателя»** в МБУК ЦБС г. Апатиты (Мурманская область), рубрика **«Классная вещь»**, которую ведёт библиотекарь в ГКУК «Челябинская ОУНБ», рубрика **«Писатель рекомендует»** в МАУК ЦБС г. Пскова.

**Рубрики с читательскими отзывами**, например рубрика **«Книжный хит: рекомендует читатель!»** используется в МБУ МИБС г. Новокузнецка (Кемеровская область).

Книжные рейтинги являются своеобразной мерой книжной популярности и хорошей книжной рекламой. Рубрика **«Книжные рейтинги»** составляется из читательских предпочтений на абонементе, а затем размещается на сайте библиотеки и в аккаунтах соцсетей. По временному отрезку рейтинги могут быть такими: «Книга месяца», «Книга года». Например, рубрика **«Выбор читателя»** ГБУК «Брянская ОУНБ им. Ф. И. Тютчева» составляется из списков книг — лидеров читательского спроса два раза в год, рубрику **«Книга месяца»** успешно ведёт ГБУК «Кемеровская ОУНБ им. В. Д. Фёдорова».

Рубрики с познавательной информацией дают дополнительные знания. К ним можно отнести такие рубрики, как **«Литературный календарь»** и **«Информация о литературных премиях»**. Рубрика «Литературный календарь» отражает информацию о важных датах и событиях в мире литературы. Рубрика «Информация о литературных премиях» посвящается всероссийским и региональным премиям.

Интересно можно подойти к акции «Буккроссинг», которая проходит практически в каждой библиотеке. На сайте своей библиотеки можно создать рубрику **«Буккроссинг»**, в которой будут находиться списки книг, переданных в библиотеку в результате акции.

Способствуют продвижению чтения различные ресурсы, размещаемые на сайтах.

### **Ресурсы в поддержку чтения**

#### ***Рекомендательные ресурсы:***

- ✓ **обзоры** — кратко представляют литературу по теме или новинки;
- ✓ **путеводители** — выполняют роли навигаторов по ресурсам Интернет, посвящённым книгам и чтению, или информируют о популярных и новых книгах по отраслям знаний;
- ✓ **рекомендательные списки** — тематические подборки, акцентирующие внимание читателя на какой-либо теме;
- ✓ **ежемесячные информационные бюллетени** — информируют о новинках.

#### ***Краеведческие ресурсы:***

- **литературные карты регионов**, где о каждом авторе даны биографическая справка, источники, позволяющие найти информацию о нём, библиографический список авторских сборников и произведений;
- **электронные коллекции**, в которых представлены документы по культуре, истории, литературе, искусству народа. Примеры этому — Электронная библиотека «Бурятика» — коллекция оцифрованных документов по истории и культурному наследию Республики Бурятия в ГАУК «Национальная библиотека Республики Бурятии» г. Улан-Уде, Электронная библиотека «Национальная детская книга в цифровом формате» (в ресурсе находятся полные тексты книг из депозитария национальной и краеведческой литературы для детей), созданная в ГБУ «Национальная детская библиотека Республики Коми им. С. Я. Маршака», г. Сыктывкар;
- **списки новинок краеведческой литературы;**

- **мультимедийные библиографические справочники** (например «Писатели горного Алтая» БУ «Национальная библиотека Республики Алтай», г. Горно-Алтайск);
- **электронные каталоги** — ресурс, необходимый каждому читателю и дающий информацию о наличии или отсутствии документов в фонде библиотеки. Доступ к каталогу предоставляют с сайта библиотеки в онлайн-режиме;
- **виртуальные читальные залы.** Некоторые библиотеки для своих полнотекстовых ресурсов (это могут быть электронные библиотеки, правовые системы и порталы, цифровые ресурсы) создают специальные разделы — виртуальные читальные залы. Доступ к этим ресурсам в виртуальных читальных залах осуществляется в онлайн режиме, для входа в который читатель должен получить индивидуальный логин и пароль в личном кабинете тут же на сайте, например виртуальный читальный зал на сайте ГБУК ЦГПБ им. Маяковского, г. Санкт-Петербург.

### *Интернет-клубы, блоги и виртуальные центры чтения*

Для того, чтобы понять, насколько востребована ваша информация читателями и что ещё их интересует необходима обратная связь. Многие библиотеки для создания комфортной среды общения с читателями создают интернет-клубы. Интернет-клуб свободного доступа «Тяни-Толкай» существует в МБУК ЦБС г. Ельца для детской аудитории. В клубе виртуальный пользователь может получить достоверную информацию о работе библиотек, обслуживающих детское население города, предлагаемых услугах, предстоящих и проведённых мероприятиях, конкурсах, познакомиться с творческими работами своих сверстников. В созданных, также для общения, блогах размещается информация о писателях и книгах, происходит обмен мнений о прочитанном, как например в блоге

«Интеллектуальный кофе», созданном в АУК «Национальная библиотека Республики Удмуртия».

Информацию о чтении и книгах на сайтах библиотеки размещают по специальным рубрикам, но есть и такие которые создают на сайтах специальные разделы — виртуальные центры чтения. Такой виртуальный центр чтения «Читающая Брянщина» создан в ГБУК «Брянская ОУНБ им. Ф. И. Тютчева», либо делают виртуальные центры чтения отдельными сайтами и дают на них ссылки (к примеру, сайт «Писатели Прангарья» в ГБУК «Иркутская областная детская библиотека им. М. Сергеева»).

### **Видеоконтент и аудиоконтент**

Видеоконтент состоит из буктрейлеров, различных рекламных роликов, записей мероприятий, пропагандирующих чтение, трейлеров фильмов, снятых по литературным произведениям. Для размещения видеоконтента Российские библиотеки активно используют видеохостинги<sup>1</sup>, в частности Youtub.

Интерес для читателя будут представлять звуковые файлы, которые позволяют прослушивать произведения в исполнении известных артистов, ими дополняют информацию о писателях и его произведениях. Чаще всего аудиозаписями дополняют посты о книгах и чтении в социальных сетях.

В последнее время в России становится популярным международное движение **буктьюберов** — блогеров, снимающих видео о прочитанных книгах. Форматы повествований о книгах при этом самые разные: от лекций с глубоким погружением в литературный материал до очень эмоциональных и шуточных обзоров. Пример этому — специально созданный канал «Лучшие книги для детей» БУК «Омская библиотека для детей юношества», представляющий детские библиотеки Омской области. У себя на сайте МУ

---

<sup>1</sup>**Видеохостинг** — веб-сервис (веб-сайт), позволяющий загружать и просматривать видео в браузере, например через специальный проигрыватель.

МИБС г. Волжский открыла рубрику «Буктьюберы советуют». Ведущим — буктьюбером рубрики может стать любой желающий библиотекарь-профессионал или просто любитель чтения, который расскажет о прочитанных книгах, записав ролик и прислав его на электронную почту библиотеки.

### **Продвижение чтения в социальных сетях**

Следующие интернет-коммуникации, использующиеся в последнее время для продвижения чтения, — социальные сети. Положительное в социальных сетях то, что в них присутствует живое общение, возможность иметь постоянный контакт со своими посетителями, моментальный обмен новостями, сообщениями и мнениями. Любой желающий может прокомментировать записи на стене сообщества, задать интересующий вопрос, получить оперативный ответ. Одной из основных задач работы библиотек в социальных сетях является мотивация пользователей к посещению ресурсов, размещённых на сайте. На страницах социальных сетей библиотекари проводятся опросы, устраиваются интеллектуальные игры, создают мероприятия для привлечения аудитории.

Работая в социальных сетях, нужно стремиться не к увеличению числа подписчиков, а к улучшению качества общения, формированию качественного контента. Надо понимать, что людям нравится делиться контентом в социальных сетях. Если это ваш контент, то всякий раз, когда кто-то поделится им, о вас узнают другие пользователи, которые получают возможность посмотреть и оценить вашу работу в библиотеке.

Какой из социальных сетей отдать предпочтение — выбирайте сами. В России популярны несколько социальных сетей, лидирует «ВКонтакте» на втором месте — «Facebook», на третьем — «Одноклассники». Считается, что у каждой социальной сети своя возрастная аудитория: например 95% российских школьников старше 12 лет и студенты являются пользователями «ВКонтакте», в «Одноклассниках» преобладает женская аудитория (57%



пользователей). «Facebook» принято считать самой быстрорастущей социальной сетью, ориентированной на деловые контакты. Для детских и юношеских библиотек более всего подходит социальная группа «ВКонтакте».

### *Посты по продвижению книги и чтения*

Для создания интересных и привлекательных постов нужно учитывать несколько рекомендаций:

- текст должен дополняться иллюстрациями;
- информацию о книге дополняйте ссылкой на её полный текст;
- визуальность повышает заинтересованность в теме, используйте больше картинок;
- используйте различные опросы, в которых пользователь может проголосовать выбрав правильный ответ;
- вовлекайте в беседу, задавайте вопросы, заставляйте людей делиться прочитанным;
- исключите непроверенные цитаты;
- все посты должны быть грамотными;
- размещаемый материал должен быть полезным и уникальным.

### **Виды постов по продвижению книги и чтения:**

- **к юбилеям авторов** — содержат фото автора, биографию и иллюстрации его книг и обязательно ссылки на источники, где можно познакомиться с его творчеством более подробно (группа «Центральная библиотека г. Бикина и Бикинского р-на» в социальной сети «Одноклассники»);
- **реклама книги или журнала под рубрикой «Советуем почитать»** — короткая аннотация из книги или о журнале и фото обложки (группа «Центральная библиотека п. Чегдомын» в социальной сети «Одноклассники»);

- **информация о развёрнутых выставках в библиотеке** — фото выставки и небольшое её описание (группа «МБУК РМЦБС Районная библиотека п. Солнечный»);
- **информация о новых книжных и журнальных поступлениях** (группа «Библиотека имени Николая Островского» в социальной сети «Одноклассники»);
- **читательские отзывы о книгах;**
- **книжные рейтинги** (рубрика «Книга на сегодня» группы «Библиотека имени Николая Островского» в социальной сети «Одноклассники»); (рубрика «Книга дня» группы «Луговская библиотека» в социальной сети «ВКонтакте»);
- **посты с цитатами из книг со ссылками на их полные тексты** (группа «Детская Библиотека им. М. Горького» г. Комсомольска-на-Амуре в социальной сети «Одноклассники»);
- **тематические подборки** (группа «Детская библиотека Орбита» в социальной сети «ВКонтакте»);
- **виртуальные выставки.**

### **Интернет-акции, проводимые в поддержку чтения**

Преимущества таких акций заключаются в их массовости. Цель таких акций — приобщение молодого поколения к интерактивному диалогу о прочитанных книгах, стимуляции творчества. Самой популярной акцией является флешбук.

Флешбук — это книжный флешмоб в Интернете. Технология его создания: на имя любой книги создаётся страница в любой социальной сети и приглашается на неё как можно больше друзей. Цель такой акции в течение одного месяца знакомить с книгой через фрагменты текста, иллюстрации, биографию автора, личные переживания и отзывы о прочитанном и другую информацию о книге. Все пользователи, посещающие эту страницу, также

могут делиться своими впечатлениями, рекомендациями, оставлять свои отзывы, замечания и советы

К примеру, в рамках акции флешбук в Интернете «Кошка с мышкой» МКУК «Апанасенковская МЦБ» (Ставропольский край) участнику акции необходимо было пройти опрос в «Рейтинге любимых книг». Для каждой книги, указанной в Рейтинге, были оформлены странички в рубрике «Интерактивный диалог», в комментариях к которым каждый желающий мог разместить своё мнение о прочитанной книге, её героях, иллюстрации к произведению, интересные факты из биографии автора, эссе и т. д.

Примеры флешбуков в социальной сети «ВКонтакте» — «Над пропастью во ржи», «Книга А. Сент-Экзюпери «Маленький принц» (автор — библиотекарь И. В. Мандзюк.), «Алиса в стране чудес. Книга» (детская библиотека «Орбита» ЦБС МСК, г. Санкт-Петербург).

- **Другие интернет-акции**

**Интернет-акцию «80 лет за 80 дней»** КГБУ «Алтайская краевая научная библиотека имени В. Я. Шишкова», посвятила 80-летию образования Алтайского края. Аудиозаписи чтений отрывков из книг алтайских авторов, изданных 80 лет назад, в исполнении преподавателей ВУЗов, актёров барнаульских театров, журналистов и обычных горожан были размещены на сайте библиотеки.

**Акцию «Читаем Евтушенко вместе!»** для всех любителей поэзии организовала в виртуальном пространстве МБУК ЦБС г. Иркутска. Организаторы предлагали участникам акции записать на видео своё творческое прочтение одного из любимых стихотворений Евгения Евтушенко и прислать его в оргкомитет акции. Все присланные ролики были выложены на официальном канале Библиотечной системы на Youtub.

**Проектная деятельность библиотек по продвижению книги и чтения в сети Интернет**

Идеи для создания интернет-проектов могут быть различны.

- **Юбилей писателей**

**Проект «Перечитаем Чехова»** представлял 17 интересных историй в виде видеороликов библиопрочтений рассказов А. П. Чехова из жизни русского общества в МБУК ЦБС г. Ельца.

**Проект «Двенадцать месяцев»**, подготовленный БУК «Омские муниципальные библиотеки» г. Омска к юбилею С. Я. Маршака, состоял из нескольких рубрик: «Новости» (новостная информация по проекту), «Марафон» (видеоролики марафона «Омск читает Маршака»), «Разноцветные страницы» (о художниках-иллюстраторах произведений С. Я. Маршака), «Мастер-классы», «Путешествия с Маршаком».

**Проект «У каждого своя весна»** посвятила своему земляку — поэту В. Б. Бакалдину КГБУК «Краснодарская краевая юношеская библиотека им. И. Ф. Вараввы». Проект состоял из двух номинаций. В конкурсе «Аудиогид» библиотекари составляли справку о поэте и на основе этого записывали аудиофайл. Номинация «Молодой читатель» подразумевала конкурс «На Кубане я родился» по созданию видеороликов по произведениям поэта. Созданные видеоролики размещались на канале YouTube.

**Литературный проект «Кто это?»** в МБУК ЦБС г. Ельца был размещён на сайте библиотеки. В ходе проекта нужно было узнать известных писателей и поэтов по их фотографиям, снятым в детские и юношеские годы по трём интересным фактам из их биографии, которые приводятся. Ответы присылались на электронную почту руководителя проекта.

**Проект «Забытые имена»** в МБУ МИБС г. Новокузнецка был нацелен на знакомство с писателями, советскими и зарубежными, чьи произведения были популярны в середине XX века. Каждый месяц размещалась информация об очередном «забытом имени».

- **Игры**

**Проект «Onlin-игры в социальной сети «ВКонтакте»** БУК г. Омска «Омские муниципальные библиотеки» в группе «Про чтение в Омске»

подразумевал размещение игр «Угадай мелодию» и «Литературные ассоциации». В качестве заданий предлагались музыкальные темы и предметы, которые могли вызвать у участников ассоциацию с тем или иным художественным произведением.

- **Реклама чтения**

**Проект «Календарь Читателя»** в МАУК ЦБС г. Пскова. Предлагал любому читателю г. Пскова в возрасте до 14 лет, быстро и правильно ответившему на вопросы по книге одного из современных авторов, стать лицом месяца и попасть на обложку библиотечного календаря. Для этого нужно было выполнить задания, которые публиковались на сайте ежемесячно.

- **Рекомендации известных людей**

**Проект «Книга, или Совет звёздного читателя»** в ГКУК ОЮБ г. Челябинска дал возможность писателям, спортсменам, музыкантам города ответить на вопросы: «Какое место чтение занимает в Вашей жизни?» и «Что, на Ваш взгляд, должен прочитать каждый молодой человек?», которые были опубликованы на сайте библиотеки.

**Проект «Известные новокузнецкие о любимой книге»** в МБУ МИБС г. Новокузнецка был направлен на популяризацию культуры чтения на примере известных горожан. Концепция проекта: интервьюирование известных новокузнецких — публичных людей, лидеров общественного мнения и «звёзд» регионального уровня (музыкантов, артистов, спортсменов, политиков города, учёных и бизнесменов, популярных телеведущих и представителей шоу-бизнеса) и размещение интервью и фото-видеоматериалов с их участием на библиотечном сайте.

- **Обсуждения книг**

**Проект «Поговорим о книгах»** в БУК г. Омска «Омские муниципальные библиотеки», представлявший площадку, где можно было обменяться мнениями, а также узнать о книжных новинках, состоял из

разделов «Я читатель» (рассказ о себе), «Читательский дневник» (заметки о прочитанных книгах), «Обсуждение книг» (разговор о тех книгах, которые вызывают много разных мнений и желание ими поделиться), «Встречи в библиотеке» (приглашения на мероприятия).

Проект АУК «Национальная библиотека Республики Удмуртии» по созданию группы «Книжная среда» в социальной сети «ВКонтакте» ставил задачу еженедельно размещать заметки о книгах, писателях и громких литературных событиях.

- **Книжные рекомендации**

**Литературный проект** ГКУК ОЮБ г. Челябинска «Свидание с книгой» представляет электронную коллекцию фрагментов книг, имеющихся в библиотеке. Безымянные фрагменты сменяют друг друга в случайном порядке. При необходимости можно узнать имя автора, получить краткую информацию о нём, о выбранном произведении, о других книгах этого автора, имеющихся в библиотеке. Понравившиеся книги можно забронировать с помощью электронного каталога библиотеки.

- **Разные темы**

«Кулинария и книги» — этой теме посвятила свой проект «Вкусная параллель» МБУК «Тимашевская межпоселенческая центральная библиотека» (Краснодарский край). На её сайте были представлены книги с оригинальными рецептами авторов и героев произведений.

- **Региональные проекты поддержки чтения**

Министерство образования Ульяновской области с участием муниципальных органов управления образованием, Министерства искусства и культурной политики Ульяновской области, и педагогическими вузами области разработали региональный список «100 книг» для прочтения школьникам, а ОГБУК «Ульяновская областная библиотека» поддержала этот проект, разместив его у себя на сайте в виде виртуальной выставки.

## **Конкурсы**

Конкурсы развивают творческие способности и мотивируют на обращение к книге.

### **Виды конкурсов:**

- **конкурс отзывов на прочитанное произведение летом** (лучшие из них размещают на сайте);
- **конкурсы читательских буктрейлеров;**
- **конкурсы читательских видеороликов-мотиваторов чтения.** Пример этому — конкурс «Прочти книгу о войне — стань ближе к подвигу!» в ЦБС г. Пскова;
- **конкурс фанфиков<sup>2</sup>** «Придумай продолжение или напиши свою историю о...»;
- **конкурсы фотографий оригинальных сюжетов чтения книг;**
- **конкурсы творческих работ** (эссе, рассказов на тему).

Методов и приёмов размещения контента по продвижению книги и чтения достаточно много, тематика его разнообразна, но если походить к его созданию творчески, он будет замечен пользователем, а это значит ещё один человек обратится к книге.

## **СПИСОК ИСТОЧНИКОВ**

**1. Огнева, Ирина.** 1001 способ стать интересным : работаем над формой и содержанием / Ирина Огнева // Библиотека. — 2017. — № 9. — С. 20–26 : 5 фот., 1 рис. — (Электронная среда) (Социальные сети).

**2. Сыромятникова, Софья.** Буктьюберы: книжные эксперты нового формата / Софья Сыромятникова // Современ. б-ка. — 2017. — № 6. — С. 10–11 : фот. — (ИКС).

---

<sup>2</sup> **Фанфик** — жаргонизм, обозначающий любительское сочинение по мотивам популярных оригинальных литературных произведений.

**3. Сыромятникова, Софья.** Прислушаемся к буктьюберам? : эксперты нового времени / Софья Сыромятникова // Библиотека. — 2017. — № 8. — С. 47–48 : 4 фот. — (Планета чтения).

**4. Сыромятникова, Софья.** Социальные сети как инструмент продвижения чтения / Софья Сыромятникова // Современ. б-ка. — 2016. — № 7. — С. 30–32 : фот. — (ИКТ).

## СПИСОК ИНТЕРНЕТ-ИСТОЧНИКОВ

1. **Интеллектуальный кофе** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://icoffee.unatlib.ru/> (дата обращения: 11.07.2018)

2. **Книжные рецепты от «Книжной среды»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://icoffee.unatlib.ru/?p=2412> (дата обращения: 10.07.2018)

3. **Колесникова, О. Г.** Продвижение книги и чтения в электронной среде [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://unatlib.ru> (дата обращения: 9.07.2018)

4. **Концепция программы поддержки детского и юношеского чтения в Российской Федерации** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lawnotes.ru/pravitelstvo/Rasporyazhenie-Pravitelstva-RF-ot-03.06.2017-N-1155-r/> (дата обращения: 25.06.18)

5. **Потехина, Ю. В.** Online-игры в социальной сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://lib.omsk.ru/> (дата обращения: 25.07.2018)

6. **Проект «Известные новокузнецкие о любимой книге»** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://libnvkz.ru/chitatelyam/proekti/izv\\_novok\\_o\\_knige#6](https://libnvkz.ru/chitatelyam/proekti/izv_novok_o_knige#6) (дата обращения: 20.06.2018)

7. **Список 100 книг** [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://uonb.ru/> (дата обращения: 11.07.2018)



8. **Сунцова, А. Н.** Контент интернет-ресурсов как отражение деятельности библиотек по продвижению книги и чтения: сайты, блоги, страницы в соцсетях [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bic-biblio.ru/t/san.html> (дата обращения: 19.06.2018)