**Создание сообщества, наполнение информацией, приглашение пользователей-участников, работа с сообществом.**

*Каждая библиотека хочет быть процветающей,*

*современной и востребованной.*

*Для решения этих задач она активно присутствует в Интернете,*

*использует возможности социальных медиа.*

С чего начинается работа библиотеки в Интернете? С общей, и, пожалуй, главной цели присутствия в социальных медиа всех библиотек является их развитие. На эту цель, должен быть направлен каждый пост, конкурс, опрос. Формирования лояльного отношения к библиотеке: мониторинг потребностей пользователей, обратная связь, к таким общим задачам каждая библиотека может добавлять свои.

Обозначенных целей и задач легче всего добиваться в социальных сетях, потому что именно там сегодня проходят основные коммуникационные пути, проще всего найти ответы на вопросы: кто такие сегодняшние читатели, какие у них интересы, какой они хотят видеть библиотеку. Поэтому мы наблюдаем такой бурный рост библиотечных групп «ВКонтакте».

Библиотекам необходимо со всей серьезностью подходить к сообществам «ВКонтакте», понимая, что онлайн-библиотекарь – это лицо библиотеки в Сети.

При схеме «официальный аккаунт библиотекаря в социальной сети + сайт» может выполнять все задачи: формировать круг читателей, проводить опросы, конкурсы, приглашать на мероприятия, консультировать и рекомендовать, знакомить с новыми поступлениями, делиться новостями.

Итак, для первых шагов библиотеки в социальных сетях рекомендуем:

1. Определить цели и задачи библиотеки и её присутствия в социальных медиа.
2. Закрепить обязанности за сотрудником, который будет этим заниматься.
3. Зарегистрировать официальные профили/аккаунты библиотеки. Напомним, что для общения с читателями наибольшей популярностью пользуется социальная сеть «ВКонтакте».
4. Официальный профиль библиотекаря – это аккаунт, создаваемый сотрудником специально для работы в социальных медиа, а не личный профиль человека в этих же социальных медиа.
5. Найти сообщества с вашей целевой аудиторией, используя поисковую систему самой социальной сети.
6. Расширять свою активность на этих площадках от пассивного наблюдения до участия в дискуссиях, становясь генератором контента.
7. Формировать при помощи группы базу виртуальных друзей, актуальных тем и вопросов, которые станут основой контента.

Итак, мы определились что, своё сообщество позволяет библиотеке решить сразу несколько важных задач: оставаться на связи с пользователями, сообщать им, к примеру, о книжных новинках, акциях, конкурсах, мероприятиях. Во-вторых, получать обратную связь от пользователей.

Социальных сетей много, но большинство библиотек открывают свои страницы в ВК. Это достаточно простой и удобный сервис, доступный даже начинающим. У него есть свои преимущества: огромная посещаемость (более 100 000 000 – ежедневно), активная пользовательская аудитория, возможность комьюнити-модели общения. Особенностью ВКонтакте является его многочисленная деятельная молодежная аудитория. Она готова вступать в группы, общаться в них, а также получать оттуда информацию.

**Основные правила ведения страниц ВКонтакте:**

· контент должен быть уникальным;

· публикации должны появляться регулярно;

· минимум 60% контента должно быть полезным, информативным, развлекательным;

· создавайте обсуждения и общайтесь с аудиторией;

· не оставляйте без внимания вопросы пользователей (администрирование группы).

**Группа или страница**

Для библиотеки не так важно, что вы создадите: группу или публичную страницу (паблик).

Публичные страницы больше подходят для развлекательного контента, а группы удобны для продвижения услуг и т.п. Бонусом является возможность пригласить друзей в группу Вконтакте, в пабликах данная функция отсутствует.

**Название**

Перед тем как выбрать название, определитесь с тематикой вашей группы, продумайте каким контентом вы будете ее наполнять, что продвигать и о чем информировать пользователя.

Название должно быть максимально коротким и характерным, в идеале – уникальным, запоминающимся и интересным. В названии и описании можно предоставить краткую и в то же время ёмкую информацию о деятельности вашего сообщества.

Хорошо, если правильное название группы будет содержать ключевое слово (словосочетание). Ключевое слово – это запрос поиска посетителем в поисковой системе. Подумайте, что и как они будут искать: библиотека, книга, чтение... Удачные примеры: Книгочтение, РазноЧтения, Книжный контент, Типичный Книголюб и др.

Нередко возникают случаи, когда по тем или иным причинам вы решили изменить название группы. Помните, что изменить название группы может только её создатель. Заходите в свою группу и под главной фотографией переходите в раздел «Управление». В первой строке пишите новое название. После изменения названия не забывайте сохранить настройки.

**Дизайн**

Создайте уникальный дизайн группы, который привлечёт внимание посетителей и потенциальных подписчиков.

Начните с создания аватарки, ее предназначение – самоидентификация группы в ВК. Она может быть любой: забавной, оригинальной, отражать фирменный стиль вашей библиотеки. К ней предъявляются определенные технические требования, тем не менее, в настройках ее можно перемещать и изменять диаметр.

Выигрышно смотрится самостоятельно разработанный фирменный аватар, который можно добавить нажав в правой панели инструментов «Загрузить фотографию» и к его размещению существуют определенные требования.

**Контент**

Одним из главных критериев популярности группы является наличие качественного и уникального материала.

Именно при помощи постов мы можем делиться интересными новостями и всевозможной информацией. Все те записи, которые вы размещаете на своей стене, репостите из других групп и пабликов, могут просмотреть гости, оказавшиеся на вашей странице. Кроме того, все записи отображаются в ленте новостей ваших друзей и подписчиков. Казалось бы, написать пост совсем не трудно, ведь что такое пост?

*Пост*– это отдельно взятое сообщение в блоге, форуме, странице в соц. сети и т.д. (от англ. to post), которое является инструментом для общения. Все сообщения имеют своего автора, дату, тему и содержание. Все просто. Но есть свои правила.

Первое. Материал, который вы размещаете в группе, должен быть интересен его читателям. Заинтересуйте посетителя, и он прочитает вашу новость, даст комментарий, вступит группу и т.д.

Для того чтобы вам было понятно, как сделать пост привлекательным и интересным, вспомните, какие новости вызывают у вас больше всего эмоций, на какие обращаете внимание, когда листаете ленту в социальной сети. Необходимо определить, какой формат записей будет оптимальным для ваших подписчиков. Что они предпочитают – короткий или длинный текст, или им интереснее наборы фотографий, видео или аудиоконтент? Если не можете сразу определиться, обязательно изучайте статистику, какие из ваших записей пользуются наибольшим спросом.

Второе – пост должен быть грамотно написан. Можно написать две строчки красивым и правильным русским языком, а можно и пятьдесят, но так, что у читателя скулы сведет от зевоты, если он, конечно, доберется до конца вашей новости. Никому не будет интересен и пост, написанный с орфографическими, пунктуационными, стилистическими и другими ошибками.

Почему-то всем кажется, что пост – это лишь действия и слова. Причем действия простейшие вроде «пришли-ушли, понравилось, счастливы». Подумайте над словами, добавьте мысли и чувства. В языке есть не только существительные и глаголы, но и прилагательные, наречия, причастия и деепричастия. Если их грамотно применять в тексте, то можно сделать его лучше. Пост должен быть содержательным, без «воды». Что такое «вода»? Это те вставки, которые к теме поста никак не относятся, а добавляются в основном только ради объема текста.

Третье – объем поста. Любая новость начинается с заголовка. Хороший займет не больше одной строки. Неплохо позаботиться и о том, чтобы информация была содержательной, но в меру краткой. Старайтесь вместить суть вашей новости в видимой части поста, чтобы читателям не нужно было его разворачивать. Оптимальным считается 350 знаков с учетом пробелов.

Если пост объемный, и его необходимо разворачивать, чтобы прочесть до конца, позаботьтесь о том, чтобы текст цеплял и интриговал читателя, вызывал желание узнать, чем все закончится. Ориентировочный размер не более 600 символов с пробелами. Для лучшего прочтения большого текста рекомендуется дополнительный пропуск строки между абзацами.

Четвертое – добавляем красочности. Чаще всего, при пролистывании новостей, наш взгляд «цепляет» визуальный контент. Если изображение нас заинтересовало, мы невольно переходим к прочтению самого текста. А значит, надо подумать и о том, какое изображение прикрепляется к информации. Оно должно быть интересным целевой аудитории вашей группы. Старайтесь подбирать что-то яркое и любопытное.

Используйте горизонтальные фотографии, они лучше смотрятся как на десктопной, так и на мобильной версии (приложении). Такой пост и выглядит более аккуратным. Иллюстрация должна быть более 700 px в ширину.

Пятое – это уникальность материала. Копировать информацию может каждый, но написать что-то свое и при этом интересное – далеко не все. Если у вас репосты котиков, мышек, цитат из женских пабликов, – серьезного отношения к себе не ждите. Не забывайте: вы представляете не личную страничку, а учреждение. Поэтому лучший вариант – только посты собственного производства.

Отмечайте для себя, какие новости действительно актуальны или востребованы у ваших пользователей, о них и делайте свои уникальные и информативные посты.

Если чья-то чужая информация покажется вам интересной, лучше перескажите её и дайте ссылку на источник. Если делаете простой репост, то добавьте к нему свои размышления. Если цель поста – переход по ссылке, то помните, что пользователи ВК обычно не хотят никуда переходить, им нужна информация здесь и сейчас. Также не нужно «встраивать ссылку», если у поста уже есть фотография, внешне это перегрузит публикацию. Дайте ее ниже.

При желании можете добавлять к записям *хештеги*, это увеличит их видимость и может повлиять на популярность постов. Хештеги могут использоваться и в качестве выделения в тексте важных слов. Особенность написания: слова пишутся слитно или через нижнее подчеркивание, без пробелов, с обязательным указанием перед словом значка #.

Шестое – регулярность постов. Для библиотеки достаточно одного поста в один-два дня. Если такой возможности нет, используйте функцию «Таймер». По статистике, 90% сообществ публикуют записи каждый час (14:00, 15:00, 16:00) и лента новостей подписчиков в эти часы полностью захламляется. Поэтому таймер лучше ставить на 15-20 минут (14:15, 15:20) позже часа, тогда подписчики обязательно заметят Ваши записи.

Седьмое – повышайте активность в группе Вконтакте всеми возможными способами.  
 Например, подключите **«Сообщения»**, таким образом посетители смогут задать вам любой вопрос и получат ответ от имени сообщества.

Не следует закрывать и комментарии, лучше поддерживайте их своим участием. Читатели должны знать, что вы настроены на общение. Запись с комментариями считается более полной и содержательной, поэтому ей также отдаются высокие места в ленте новостей. Помните, что существует фильтр нежелательных комментариев, который позволит вам более эффективно работать с обратной связью.

Грамотная раскрутка группы всегда предполагает наличие **опросов**. Они очень привлекают внимание участников сообщества. Существуют два вида опроса в сообществе: опрос на стене группы, опрос в обсуждении группы.

Для размещения опроса на стене группы при добавлении новой записи нажимаем вкладку «Ещё» и выбираем «Опрос». Теперь пишем тему опроса и варианты ответа. Можно отметить галочкой значение «Анонимное голосование», чтобы участники группы не видели имена голосовавших. При необходимости можно добавлять несколько вариантов ответа. Нажимаем на кнопку «Отправить» и видим опрос, как последнюю запись в сообществе.

Опрос в обсуждениях. Сначала убедитесь, что у Вас включены «Обсуждения» в группе. Для этого перейдите в «Управление», вкладка «Разделы». Следующим действием будет создание темы с опросом. Нажимаете кнопку «Добавить обсуждение» и прикрепляете опрос. Далее жмёте на кнопку «Создать тему» и видите свой опрос в обсуждениях. Теперь нажимаете на кнопку «Редактировать тему» и ставите галочку напротив значения «Закрепить опрос на главной странице». Всё, теперь можете увидеть опрос сразу же под описанием группы. В настройках опроса его можно в любой момент снять с главной страницы или удалить.

Эффективный способ привлечения новых подписчиков – **организация конкурсов** для группы. Чтобы ваш конкурс или какое-то важное мероприятие не уходило по новостной ленте вниз, есть функция закрепления записи в ленте, тогда она будет всегда отображаться первой на стене, даже после публикации свежих записей. В закреплённой записи может содержаться любой материал: сообщение, видео, изображение, опрос и т.д. Сначала необходимо создать или выбрать готовую запись, которую хотите закрепить. Далее в правом верхнем углу записи наводите курсор мыши на иконку «троеточие» и нажимаете на кнопку «Закрепить». Таким же способом можно открепить запись. Если не получается закрепить запись в группе (нет кнопки «Закрепить»), то здесь 2 причины: вы не администратор сообщества или запись опубликована не от имени сообщества, а от имени пользователя. Помните, что в течение 24 часов можно изменить запись В Контакте.

**Вспомогательные инструменты Вконтакте**

Меню «Ссылки». Здесь вы можете собрать все важные для вас группы, например, библиотеки вашей системы или партнеров. Делается это просто, нажимаете «Управление» «Дополнительная информация» в строчке «Сайт» добавляете адрес нужной вам страницы или сайта.

Отличный способ уведомить о приближающемся событии – концерте, мастер-классе и т.п. – **создание мероприятия**.

Для этого заходите в раздел «Создать мероприятие» и нажимаете «Создать сообщество». Выбираете «Мероприятие», вводите его название и жмёте «Создать сообщество». В первой вкладке указываете необходимые данные о мероприятии и сохраняете. Переходите в «Мои группы», нажимаете «Управление» и выбираете созданное мероприятие. Теперь можно заниматься оформлением события, регулярным размещением информации и т.д. Чтобы выслать приглашения необходимо под аватаркой нажать «Вы пойдёте» и пригласить друзей (в день можно высылать до 40 приглашений).

Если Ваше сообщество регулярно наполняется фотографиями, то целесообразно создавать для них **альбомы**. В разделе «Управление сообществом» открываем вкладку «Разделы», где включаем фотографии, сохраняем. Теперь можно добавлять фотографии в группу. Если у Вас публичная страница (паблик), то блок с фотографиями находится в правом нижнем углу, если группа, то под основной информацией. После добавления фотографий вы можете нажать на надпись «альбомы», которая расположена возле раздела с фото. Теперь Вы можете добавлять фотографии в альбом (или перенести в альбом ранее добавленные фото). Помните: в любой момент альбом можно отредактировать или удалить.

Также в группе загружаются **видеоматериалы**: раздел «Управление сообществом», вкладка «Разделы», активировать кнопку «Видеозаписи». Всё, можете добавлять видео. В разделе с видеозаписями группы можно создать видеоальбом. В любой момент вы можете отредактировать альбом или удалить его.

**Статистика группы**

Существует статистика посещений страницы Вконтакте, где вы можете посмотреть активность своего аккаунта. Такая же статистика есть в группах. Заходим в группу и под аватаркой нажимаем на кнопку «Статистика страницы (сообщества).

Вкладка «Посещаемость» дает информацию об «уникальных посетителях» и «просмотрах», побывавших в вашей группе, их активность, пол/возраст (половое и возрастное соотношение покажет вашу целевую аудиторию). «География» покажет, из каких стран и городов вашу группу посещают чаще всего. «Устройства» показывает процентное соотношение между просмотрами с мобильных устройств и компьютеров. Анализируя источники переходов, можно определить с каких источников пользователи чаще переходят. Можно анализировать количество вступивших и вышедших участников в определённую дату.

В конце есть настройка показа статистики: вы можете сделать её общедоступной, но я бы не рекомендовала. Для сообществ, где состоят 5 000 и более подписчиков, доступна статистика записей группы Вконтакте.

**Небольшие советы**

Повлиять на продвижение вашей страницы может сотрудничество между тематическими группами с похожими публикациями (в нашем случае с книжными и библиотечными). Если вы подружитесь с администратором тематической группы, можно осуществлять обмен рекламными постами. Это будет полезно как вам, так и другой группе. Можно находить тематические сайты и ставить лайки.

Следует помнить и об ужесточении правил ведения групп, чтобы не нарушать правила пользовательского соглашения и не быть заблокированным, рекомендуется очень внимательно с ними ознакомиться.

Перечень причин, по которым сообщество может быть заблокировано: посты, связанные с предложениями накрутки Вконтакте; нарушения прав третьих лиц; резкая смена тематики группы, закреплённая реклама и др. Естественно, группы, пропагандирующие насилие, экстремизм, не могут быть полезными для общества, также как и пропаганда наркотиков, суицида. За распространение такого материала со стороны администрации Вконтакте вводятся санкции. Если вашу группу всё-таки заблокировали – не отчаивайтесь! Обратитесь в техподдержку и, если нарушение незначительное, то есть возможность, что ваш паблик разблокируют.

МБУК МЦБ им. И. М. Бондаренко НР РО

Методист методико-библиографического отдел

Резниченко Маргарита Александровна