

**Эффективная работа
краеведческого сообщества
в социальной сети
«ВКонтакте»**

«Эффективная работа краеведческого сообщества в социальной сети «ВКонтакте» : методические материалы / сост. И. А. Гончарова; ГБУК «Брянская областная научная универсальная библиотека им. Ф.И. Тютчева», отдел краеведческой литературы. — Брянск, 2020. — 28 с.

Профессия библиотекаря предполагает постоянное общение с читателями и коллегами. На сегодняшний день большая часть этого общения перешла в виртуальный режим: по электронной почте, через официальный сайт, мессенджеры и социальные сети.

«ВКонтакте» — крупнейшая социальная сеть в России и странах СНГ, по статистике 2019 года её использует 61 % населения России (данные Pew Research Center и Statista).

Этот факт делает социальную сеть «ВКонтакте» очень привлекательным инструментом для популяризации деятельности библиотек и продвижения краеведческих ресурсов.

Цель методического пособия — рассмотреть краеведческое сообщество в социальной сети «ВКонтакте» как эффективный способ взаимодействия с читателями — уже существующими и потенциальными.

Рекомендации разработаны отделом краеведческой литературы Брянской областной библиотеки им. Ф.И. Тютчева для центральных и районных библиотек области.

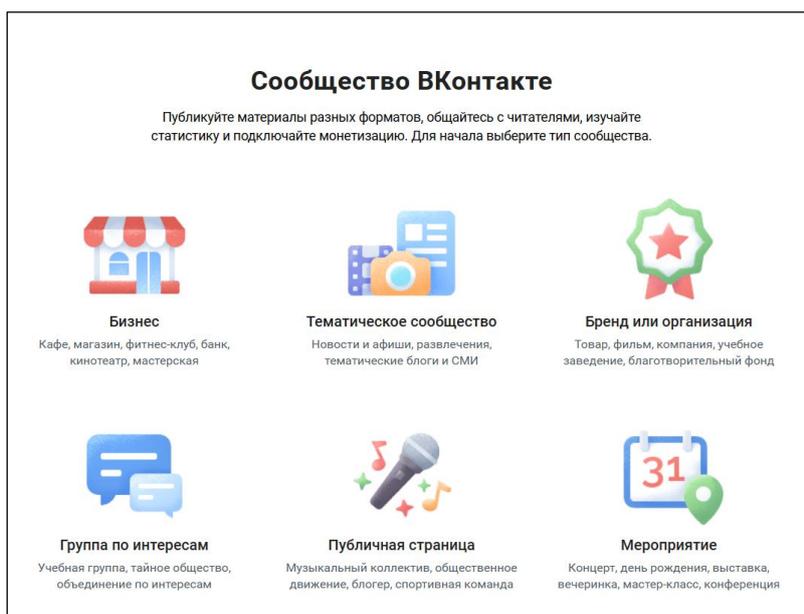
Содержание

Создание, настройки и оформление краеведческого сообщества.....	4
Анализ целевой аудитории и формирование контент-плана.....	18
Содержание и оформление контента.....	21
Взаимодействие с подписчиками сообщества.....	23
Заключение.....	26
Словарь терминов.....	27
Дополнительные источники для изучения темы	28

Создание, настройки и оформление краеведческого сообщества

I. Создание сообщества

1. Вы должны быть зарегистрированы в социальной сети «ВКонтакте», после того, как у вас появилась личная страница, переходите в раздел «Сообщества».
2. В верхнем меню найдите кнопку «Создать сообщество».
3. Выберите тип сообщества

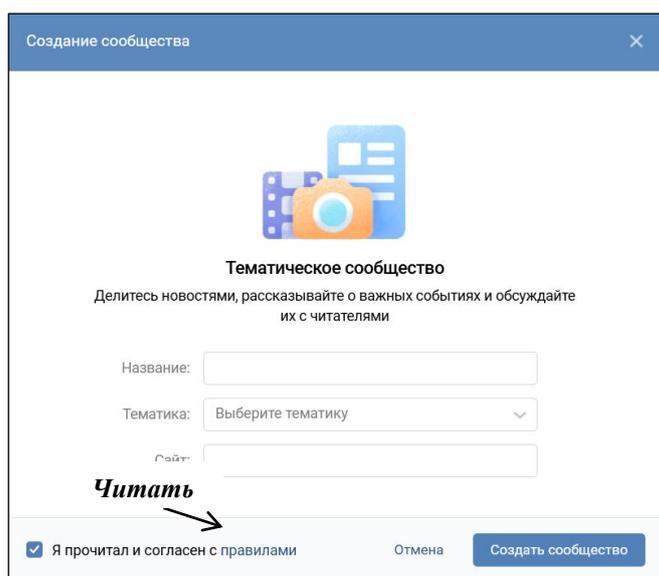


Из всех вариантов нам подходят «Тематическое сообщество» и «Группа по интересам»

Группа	Сообщество
Можно сделать открытой или закрытой. Тем самым можно ограничить участников	Не имеет такой функции
Меню будет скрыто, и чтобы туда попасть, придется нажать «Информация о группе».	Меню на месте закрепленной записи и видно сразу.
Отображается в «Подробной информации» о пользователе.	Отображается в боковом блоке «Сообщества». Служит дополнительной рекламой, если у вас интересная страница.
Можно приглашать друзей.	Такая функция отсутствует. Но Вы можете «Рассказать друзьям» о своём сообществе
Есть возможность сделать стену «открытой» и пользователи смогут оставлять свои комментарии.	Пользователи могут предлагать новости, а после проверки и публикации они попадут в новостную ленту.
Видео, фото и аудио могут добавлять все пользователи.	Участники могут добавлять только фото.

Подробнее мы рассмотрим **«Тематическое сообщество»**, так как с точки зрения администрирования и модерации его функции подходят больше.

4. Выберите тематику сообщества (можно изменить в **«Настройках»**)



Создание сообщества

Тематическое сообщество
Делитесь новостями, рассказывайте о важных событиях и обсуждайте их с читателями

Название:

Тематика: Выберите тематику

Сайт:

Читать →

Я прочитал и согласен с правилами Отмена **Создать сообщество**

5. Дайте название своему сообществу. Если есть сайт, укажите и его. Ознакомьтесь с правилами «ВКонтакте» и поставьте галочку напротив «Я прочитал и согласен с правилами».

6. Нажмите кнопку **«Создать сообщество»**. Готово!

II. Настройки и оформление сообщества

The image shows a screenshot of a VK community page for 'Отдел краеведческой литературы БОНУБ'. The page features a header with a profile picture (6), name (1), status (2), and a 'Сайт' button (3). Below the header is an 'Информация' section with a text post (5), date (29 июня 2017), status ('Открыто'), and location (4). A map shows the location at 'улица Карла Маркса, 5, Брянск'. On the right, there is a 'Написать сообщение' button and a list of settings (8-10). At the bottom, there is a 'Меню' section (10) with four items: 'Литературная жизнь', 'О Брянске и области', 'Женское лицо войн...', and 'Мемориаль-'. The page also shows 'Подписаны 22 друга' and 'Подписчики 506'.

1. Название сообщества.

2. Статус сообщества — здесь можно размещать призыв, информацию о сообществе или акциях, которые вы проводите.

3. Кнопка действия.

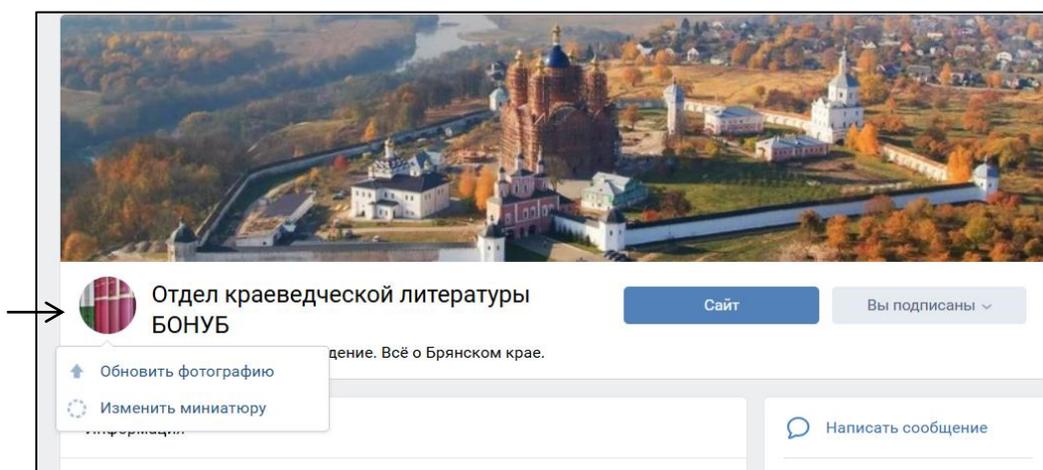
4. Информация об организации (расположение, режим работы).

5. Описание деятельности организации и сообщества.
6. Аватар сообщества.
7. Обложка сообщества — она может быть просто украшением или же нести информационную нагрузку.
8. Панель настроек.
9. Статистика.
10. Меню сообщества

Аватар сообщества

Аватар — графическое изображение, которое используют для личной страницы или группы в социальных сетях.

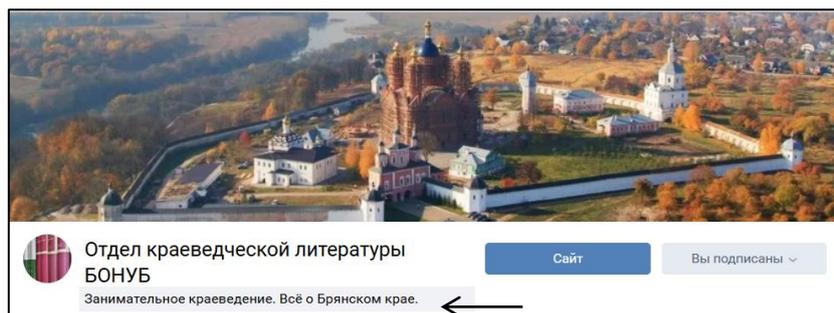
Миниатюра — область картинки, которая может отображаться на странице сообщества, максимальный размер миниатюры — 200x500 пикселей. Вы можете загрузить фотографию большего размера. Полный размер будет доступен при клике на аватар.



Статус сообщества

Кликните по строке статуса, чтобы перейти в режим редактирования, теперь вы можете изменить или удалить его, нажмите на кнопку **«Сохранить»**.

Размер статуса — 140 знаков с учётом пробелов.



Панель настроек

1. Переходим в раздел «Управление»

Основная информация

Название:

Описание сообщества:

Обложка сообщества: ←

Адрес страницы:

Номер страницы - public149436584.
Вы можете создать наклейки для Вашего сообщества [здесь](#).

Верификация: [Подать заявку](#)

Отдел краеведческой ли...
[вернуться к странице](#)

Настройки

- Разделы
- Комментарии
- Ссылки
- Адреса
- Меню
- Работа с API
- Истории
- Участники
- Сообщения
- Беседы
- Приложения
- Денежные переводы
- Журнал действий

В подразделе «**Основная информация**» пишем название и описание сообщества/организации, адрес страницы.

Адрес страницы можно оставить в виде номера, но лучше, если он будет ассоциироваться с вами или вашим сайтом.

Здесь же можно загрузить обложку для сообщества, для этого нажимаем на «**Управление**».

Обложка сообщества — это изображение вверху страницы, которое поможет сделать ваше сообщество уникальным.

Живая обложка — это комплекс из нескольких изображений или коротких видеозаписей, которые автоматически сменяют друг друга. Опция активна только в мобильных приложениях последних версий. В полной и мобильной версиях сайта обложки будут отображаться статично.

Для обложки краеведческого сообщества отлично подойдёт символика или панорама города, фото достопримечательностей, также это может быть название сообщества или символика организации.

При выборе изображения помните об ограничениях размера: 795x200 пикселей или 1590x400 пикселей для экранов повышенной чёткости.

Обложка сообщества

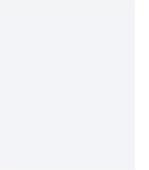
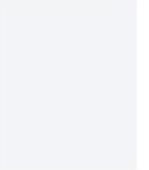
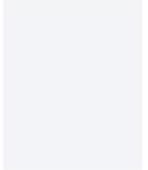
Качественная обложка выделит Ваше сообщество и придаст ему уникальность.

Главная обложка сообщества
Будет отображаться на всех платформах.



Живая обложка сообщества
Разместите до 5 больших видео или фотографий в обложке своего сообщества, которые будут переключаться автоматически.

+
Добавить



Мы рекомендуем загружать видео или изображения в разрешении 1080x1920. Длительность не более 30 секунд, размер файла до 20 МБ, видеокодек H.264, аудиокодек AAC.

Показывать фотографии в движении ?

Подраздел «**Кнопка действия**»

Кнопка действия

Кнопка действия: **Включена**
Кнопка вверху Вашего сообщества помогает людям выполнить действие. Кнопку можно отредактировать в любой момент.

Тип действия:

Ссылка:

Название кнопки:

Кнопка действия

Кнопка действия: **Включена**
Кнопка вверху Вашего сообщества помогает людям выполнить действие. Кнопку можно отредактировать в любой момент.

Тип действия:

Ссылка:

Название кнопки:

- Открыть сайт
- Открыть мобильное приложение
- Открыть приложение сообщества

Добавляйте кнопку действия, чтобы пользователи могли проще и быстрее получить нужную информацию. Есть много действий на выбор: позвонить, позвонить в ВК, забронировать, заказать, перейти, узнать больше.

Для краеведческого сообщества оптимальным вариантом будет кнопка **«Открыть сайт»**, это обеспечит пользователю быстрый доступ к вашему краеведческому ресурсу. К тому же кнопка является «ярким пятном» и привлекает внимание. Количество нажатий кнопки можно отследить в разделе **«Статистика»**.

Подраздел «Дополнительная информация»

Дополнительная информация

Тематика сообщества:

Указать возрастные ограничения

Сайт:

Телефон:

Дата основания:

Импорт RSS: Выключен

Twitter:

Предлагаемые новости:

Страна:

Город:

Адрес:
Добавьте новые адреса и время работы Вашей организации в разделе Адреса

Здесь вы можете указать тематику своего сообщества (для привлечения целевой аудитории), основную информацию об организации, настроить **«Предлагаемые новости»**.

Поле **«Предложить новость»** находится над стеной сообщества. Доступна кнопка будет той аудитории, которую выбрали руководители сообщества. Также администраторы по своему желанию могут отключить функцию. Когда в сообществе появляются предложенные новости, у администраторов страницы появляется кнопка **«Предлагаемые»** над стеной. Пока предложенная новость не опубликована, её можно редактировать в любое время. Предлагаемые новости можно публиковать, отклонять (тогда они исчезают из списка) или игнорировать. Также к публикуемой записи можно добавить подпись автора.

Дополнительно можно настроить автоматический экспорт публикаций из социальной сети **«ВКонтакте»** в **«Twitter»**, если вам это нужно.

«Разделы» сообщества

Разделы

- Ссылки
- Фотоальбомы
- Видеозаписи
- Аудиозаписи
- Обсуждения
- Мероприятия
- Контакты
- Статьи

Товары: **Отключены**
Включая раздел «Товары», Вы соглашаетесь с условиями [Договора-оферты](#)

Главный блок:

Второстепенный блок:

Можно разместить над стеной абсолютно любой раздел сообщества. Главный блок — это тот, что располагается сразу под описанием, второстепенный — под ним над стеной. В этих блоках располагайте ту информацию, к которой хотите привлечь больше внимания, так как эта часть страницы видна в первые секунды просмотра сообщества. Остальные разделы окажутся под правым меню.

Подраздел «Комментарии»

Комментарии

Обратная связь: Комментарии включены

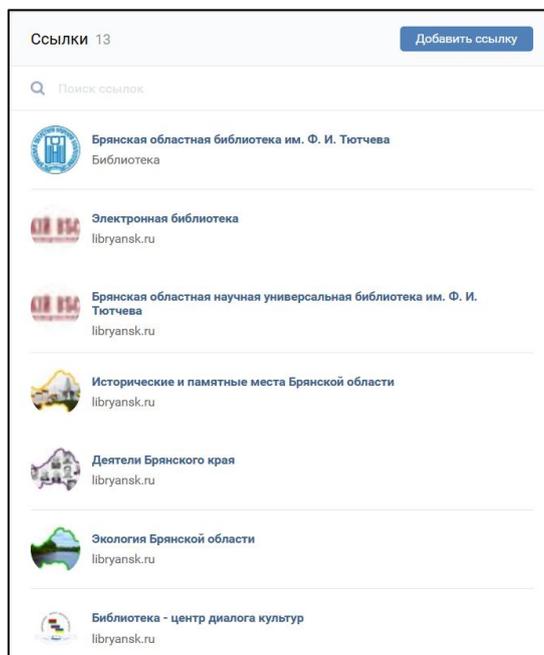
Настройки: Запретить комментарии от сообществ [?](#)

- Включить фильтр нецензурных выражений
- Включить фильтр по ключевым словам

[Все комментарии](#) [Удалённые фильтром](#)

Этот подраздел помогает администраторам с модерацией сообщества, позволяет избежать неловких ситуаций.

Подраздел «Ссылки»



Здесь вы можете размещать ссылки на полезные тематические ресурсы и те ресурсы, которые вы собираетесь продвигать в своём сообществе.

Подраздел «Меню»

Меню — инструмент для оформления сообщества «ВКонтакте». С помощью него вы можете выделить наиболее важную информацию и структурировать содержимое сообщества. Добавляйте ссылки на статьи, важные альбомы, записи, акции и многое другое. Меню отображается на всех платформах: в веб-версии, в мобильной версии и в мобильных приложениях «ВКонтакте».

В меню можно добавлять ссылки на ресурсы внутри «ВКонтакте», добавление ссылок на внешние сайты запрещено.

Для каждой ссылки можно добавить название и обложку. Название может содержать до 20 символов. Минимальный размер обложки — 376x256 точек.

В меню можно добавить до 7 ссылок, не считая приложений сообществ.

Меню сообщества

Улучшайте своё сообщество с помощью нового меню ссылок!
Выделите важные для Вас товары, записи, статьи и многое другое.

[Узнать подробнее »](#)

Меню

-  **Новая ссылка**
Добавьте ссылку на объект внутри ВКонтакте
-  **Литературная жизнь**
Запись сообщества [Изменить](#)
-  **О Брянске и области**
Запись сообщества [Изменить](#)
-  **Женское лицо войны**
Запись сообщества [Изменить](#)
-  **Мемориальные доски**
Запись сообщества [Изменить](#)

Меню

-  **Новая ссылка**
Добавьте ссылку на объект внутри ВКонтакте

Обложка: [Загрузить](#)

Название:

Не может содержать более 20 символов.
Дополнительно проверяйте отображение названия на мобильных устройствах.

Ссылка:

[Сохранить](#)

Подраздел «Приложения»

Приложения сообществ

Улучшайте своё сообщество, добавляя в него новые функции.

[Узнать подробнее »](#)

Приложения для любых задач

[Перейти в каталог >](#)

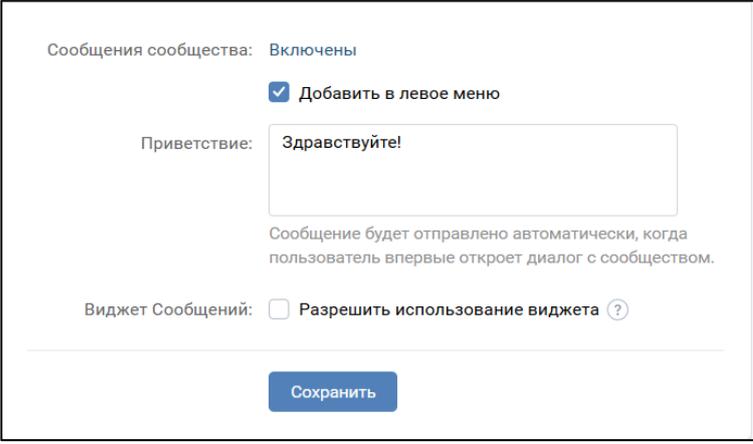
-  **Бот-автоответчик** Новое
Бот-автоответчик сообщества!
Установлено в 28 302 сообществах [Добавить](#)
-  **Цитаты** Новое Виджет
Коллекция лучших цитат
Установлено в 47 076 сообществах [Добавить](#)

Это приложения, которые добавляют в сообщество новые функции, делая работу с ним проще и удобнее. Полный каталог приложений находится по ссылке:

vk.com/community_apps.

Можно подключить до пяти приложений в одном сообществе.

Подраздел «Сообщения»



Сообщения сообщества: Включены

Добавить в левое меню

Приветствие:

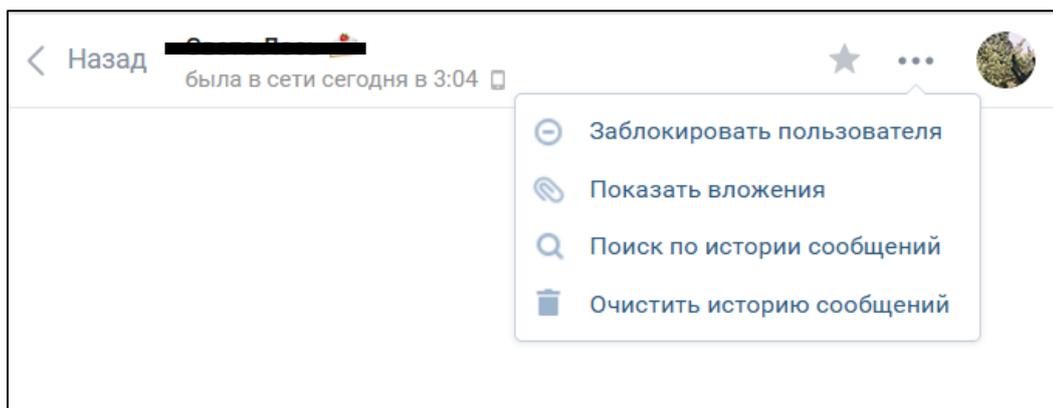
Сообщение будет отправлено автоматически, когда пользователь впервые откроет диалог с сообществом.

Виджет Сообщений: Разрешить использование виджета ?

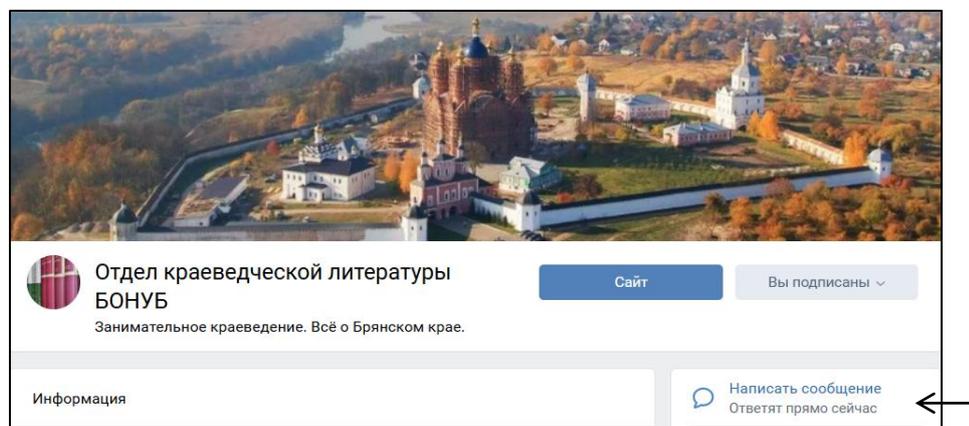
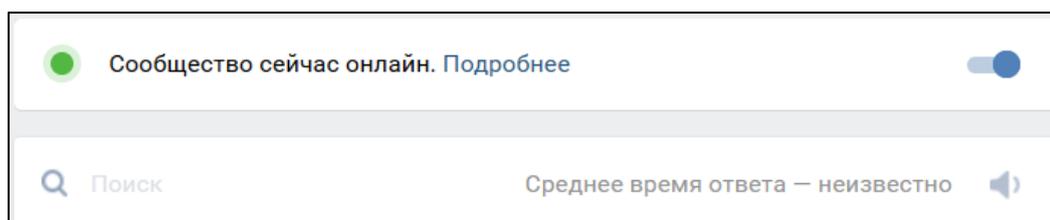
Включите сообщения. У пользователей появится кнопка для отправки сообщений, а руководителям станет доступен раздел с входящими сообщениями. Он находится в блоке с кнопками сообщества справа.

Диалог можно сделать важным, нажав на изображение звездочки. После этого его можно будет всегда найти на отдельной вкладке. Чтобы отметить диалог как отвеченный, нажмите на изображение двух галочек.

Если кто-то становится слишком назойливым, его можно занести в чёрный список. Для этого в диалоге с пользователем нажмите на три точки в шапке и заблокируйте пользователя.

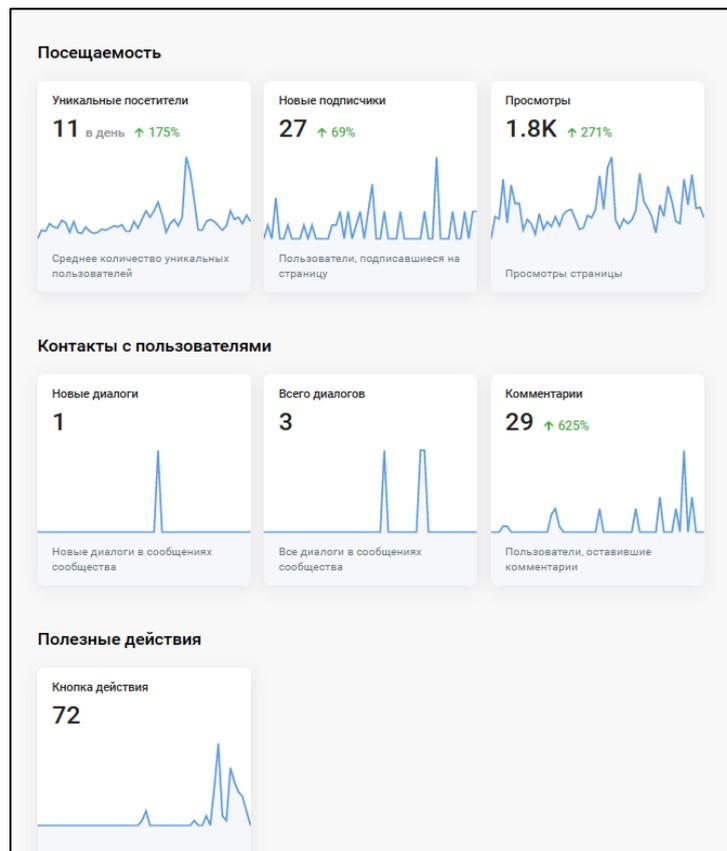


После включения статуса «Сообщество сейчас онлайн» в сообществе появится дополнительная кнопка, которая подскажет пользователям, что сообщество онлайн и готово отвечать на сообщения.



Статистика сообщества

Статистика необходима для отслеживания и анализа реакции подписчиков на тот контент, который вы публикуете.



В статистике отражаются:

1. Пользователи, которые посмотрели ваш контент или поделились им.
2. Пользователи, которые подписались на новости сообщества или скрыли их из новостной ленты.
3. Уникальные пользователи (те, кто посетил сообщество впервые).
4. Процентное соотношение пола и возраста.
5. Диалоги.
6. Комментарии.
7. География просмотров (страны и города).
8. Охват устройств (мобильное устройство или компьютер).
9. Количество нажатий «Кнопки действия».

У настроек социальной сети «ВКонтакте» интуитивный интерфейс, оснащённый подсказками, благодаря которым вы можете экспериментировать с настройками, подстраивать их под свои потребности.

Теперь, когда вы познакомились с основами создания, настроек и оформления сообщества, можете приступать к наполнению его контентом.

Также рекомендуем познакомиться с основами SMM (англ. Social Media Marketing, SMM) — маркетинга в социальных медиа, распространения товаров и услуг посредством социальных сетей.

В сети можно найти множество статей и вебинаров по этой теме.

Анализ целевой аудитории и формирование контент-плана

I. Целевая аудитория

Прежде чем приступать к формированию контент-плана, нужно решить, на кого же будет направлена ваша работа?

Портрет представителя целевой аудитории (ЦА) можно описать с помощью таблицы с критериями.

Для примера возьмём сообщество «ВКонтакте» отдела краеведческой литературы БОНУБ им. Ф.И. Тютчева.

Название ЦА	Основные характеристики группы ЦА (пол, возраст, место проживания)	Основные интересы группы ЦА	Чем вы можете быть полезны для группы ЦА
1. Учащиеся и студенты	1. Пол: муж. и жен. 2. Возраст: 12-23 3. Место	Получение среднего и высшего образования	1. Выполнение запросов и справок краеведческого характера,

	проживания: Брянская область		предоставление достоверной информации.
2. Люди, чья деятельность связана с образовательными учреждениями и учреждениями культуры	1. Пол: муж. и жен. 2. Возраст: 23-65+ 3. Место проживания: Брянская область	Профессиональный интерес (Используют библиотеку как источник достоверной информации)	2. Публикации тематических краеведческих статей, подбор ссылок на полезные краеведческие ресурсы.
3. Люди, увлекающиеся краеведением и историей в целом	1. Пол: муж. и жен. 2. Возраст: 12+ 3. Место проживания: Брянская область (Люди могут жить в любой точке мира, но связаны с Брянской областью)	Получение информации о разных периодах и сферах жизни родного края	3. Краеведческое сообщество может стать площадкой для обмена, сбора и обсуждения краеведческих материалов. 4. Предоставление информации о мероприятиях.

Итак, после того, как вы определились со своей целевой аудиторией, можете приступать к формированию контент-плана.

II. Формирование контент-плана

Контент-план — документ, который содержит расписание публикаций контента, размещенных в заданной последовательности.

В состав типового контент-плана могут быть включены следующие данные:

- Даты публикаций.
- Точное время или временной диапазон публикаций.
- Заголовки публикаций.
- Темы и форматы материалов.
- Названия прикрепленных файлов (графика, видео, тексты, аудио и т.п.).
- Идеи для публикаций / оставленные «на потом» материалы.
- Тематические хэштеги (глобальные или локальные).

Классический период, на который составляется документ — месяц, но здесь всё индивидуально. Контент-план не является статичным документом, вы можете менять его по мере необходимости.

Составляя собственный контент-план, не забывайте о разнообразии публикаций, в противном случае пользователи быстро потеряют интерес к вашему сообществу.

Изучите свежие тенденции социальных сетей на примере уже существующих крупных сайтов и сообществ, отметьте для себя приёмы, которые вы могли бы позаимствовать. Такой подход поспособствует продвижению вашего сообщества и краеведческих ресурсов.

Содержание и оформление контента

I. Содержание контента

Рассмотрим виды контента, актуального для краеведческих сообществ:

1. Тематические статьи

Это может быть календарь знаменательных дат, статьи о людях, событиях, достопримечательностях города и области.

Вы можете создавать целые рубрики, объединяя их одним хэштегом и выделяя отдельной кнопкой в меню сообщества (например: рубрика «Исторические и памятные места Брянской области» хэштег #Историческиепамятные32). Это позволит оптимизировать поиск нужной для пользователей информации.

2. Обзоры новинок и ресурсов сайта библиотеки

Информационные посты о ваших проектах с ссылками на сайт способствуют его продвижению.

3. Тематические подборки

Блок информации по конкретной теме. Содержит в себе текст, полезные ссылки на различные краеведческие ресурсы, библиографию, а так же вложения в виде фото, видео или документа.

4. Пресс-релизы и отчёты мероприятий

Такие посты позволяют привлекать на мероприятия действительно заинтересованных людей. Отчёты же позволяют получить фидбэк в комментариях сообщества и понять, как прошло мероприятие.

ВАЖНО!

Тщательно проверяйте источники и материалы при подготовке публикаций.

Систематические ошибки и некачественный контент приведут к потере подписчиков и испортят вашу репутацию.

Так же стоит помнить, что ваши публикации должны быть максимально уникальными, чтобы не теряться в потоке информации (уникальность текста можно проверить по адресу <https://advego.com/text/seo/>).

II. Оформление контента

Чтобы ваш контент выделялся из общей массы, не забывайте добавлять тематические фото, картинки, аудио- и видеофайлы.

Визуальная составляющая так же важна, как и содержание, поэтому старайтесь подбирать качественные материалы.

Исключение составляют старые фотографии, открытки, кинохроника и т. п.

Так же необходимо сопровождать свои публикации **хэштегами**.

Они способствуют виральному охвату аудитории, увеличивают количество посетителей и потенциальных подписчиков сообщества.

Виды хэштегов:

1. **Глобальные хэштеги** — хэштеги, которые используются во всём мире или стране, Количество публикаций с ними исчисляются миллионами, новые публикации теряются в таком объёме.
2. **Геотеги** — хэштеги, привязанные к месту.
3. **Локальные хэштеги** — хэштеги, которые используются как идентификатор для целевой аудитории.

4. **Хэштег-рубрикатор** — выделяет отдельные рубрики.
5. **Контент-теги** — отражают суть публикации.
6. **Уникальные хэштеги** — придуманы автором, ведут пользователей на конкретный ресурс.

Взаимодействие с подписчиками сообщества

Рассмотрим несколько способов взаимодействия с подписчиками:

1. Сообщения сообщества

Это функция позволяет пользователям напрямую обратиться к администраторам сообщества.

2. Комментарии к отдельному посту

Например, вы можете спросить подписчиков, о том, понравилось ли им мероприятие, или же задать вопрос общего характера — о литературных предпочтениях, любимом месте города.

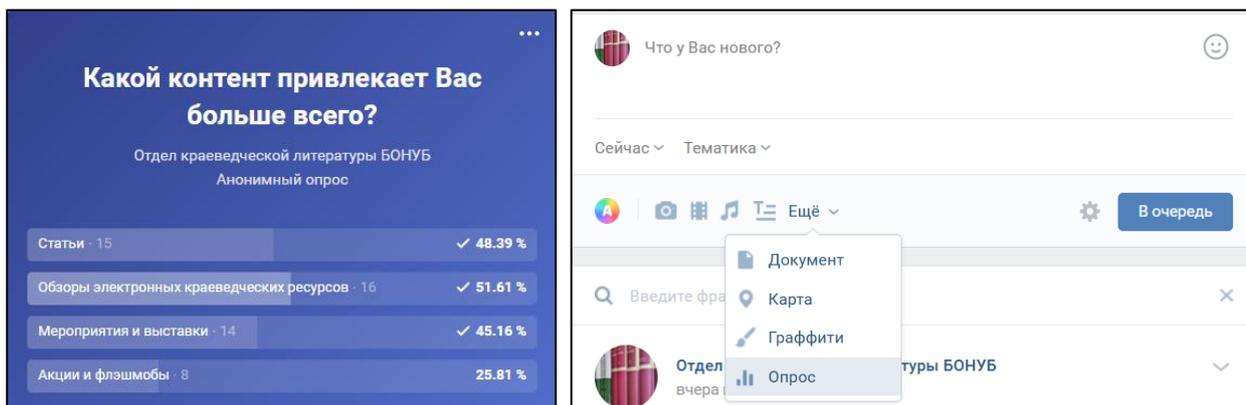
В этом случае необходимо отреагировать на каждый комментарий как можно быстрее, показав свою заинтересованность в общении.

3. Опросы

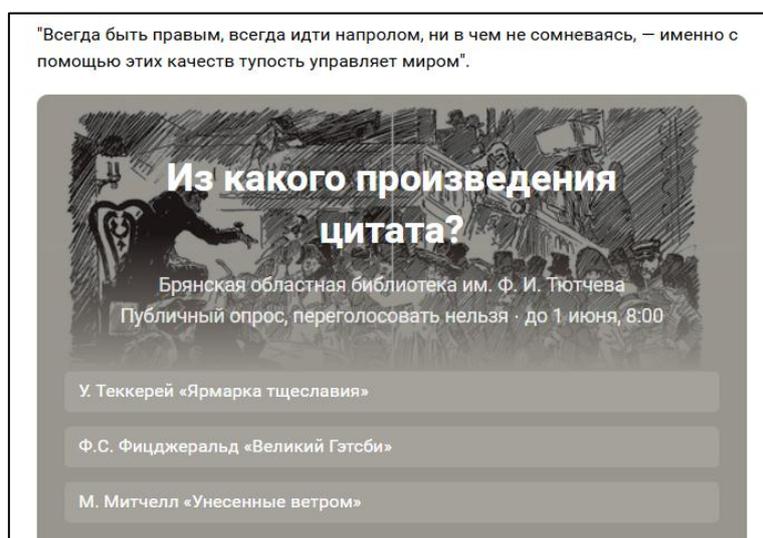
«ВКонтакте» позволяет проводить опросы с разными вариантами ответа. Вы можете предложить подписчикам оставлять свой вариант ответа в комментариях.

Воспользуйтесь этой функцией, если хотите узнать мнение о деятельности библиотеки или о том, какая рубрика на странице сообщества нравится больше всего.

Это позволит вам проанализировать ситуацию и изменить сообщество в лучшую сторону.



Так же с помощью инструмента опроса можно создавать викторины.



4. Викторины и конкурсы

Тематика краеведческих викторин может быть разной: исторические факты, события, достопримечательности, символика, деятели.

Викторины, как инструмент взаимодействия, носят не только развлекательный, но и образовательный характер.

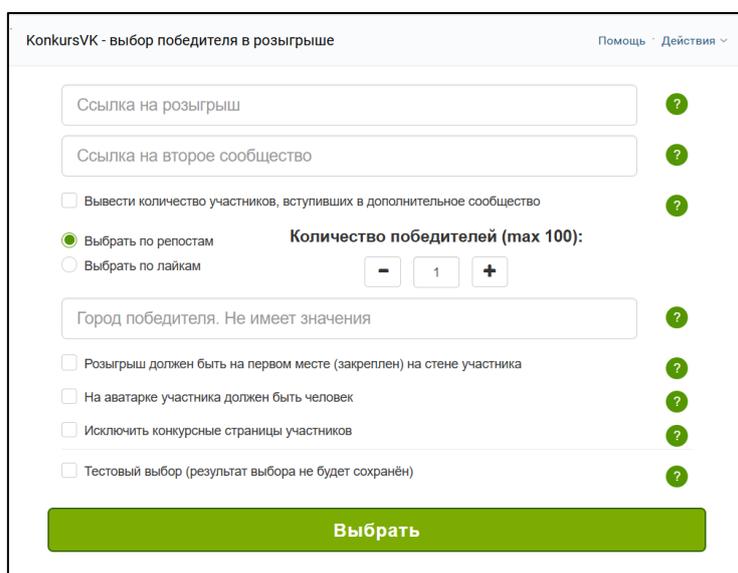
С помощью конкурсов вы даёте подписчикам проявить себя и решаете сразу две задачи: привлекаете внимание к своему сообществу и получаете уникальный пользовательский контент.

Это может быть конкурс на лучшее тематическое фото, видео или эссе.

Победителя конкурса в таком случае выбирают по количеству лайков или проводят голосование (с помощью опроса).

Также можно провести конкурс, обязательным условием которого станет репост какой-либо записи. Это поспособствует популяризации вашего сообщества.

Победитель конкурса выбирается случайным образом с помощью специальной программы «**KonkursVK**».



The screenshot shows the 'KonkursVK' interface for selecting a winner in a contest. The title is 'KonkursVK - выбор победителя в розыгрыше'. There are two input fields for links: 'Ссылка на розыгрыш' and 'Ссылка на второе сообщество'. Below these are several checkboxes: 'Вывести количество участников, вступивших в дополнительное сообщество', 'Выбрать по репостам' (selected), and 'Выбрать по лайкам'. A section for 'Количество победителей (max 100):' has a value of '1' with minus and plus buttons. There is also a field for 'Город победителя. Не имеет значения'. At the bottom, there are five more checkboxes: 'Розыгрыш должен быть на первом месте (закреплен) на стене участника', 'На аватарке участника должен быть человек', 'Исключить конкурсные страницы участников', and 'Тестовый выбор (результат выбора не будет сохранён)'. A large green button labeled 'Выбрать' is at the bottom.

Победа в конкурсе подразумевает получение приза, подумайте об этом заранее.

Не забудьте опубликовать результаты на странице сообщества.

5. Онлайн-трансляции

Онлайн-трансляции будут главным трендом социальных сетей в ближайшие несколько лет, в первую очередь они ориентированы на тех пользователей, которые не могут прийти в библиотеку.

Прежде чем начать трансляцию, убедитесь в качестве соединения, иначе впечатление будет испорчено.

6. Предлагаемые новости

Напоминайте подписчикам о то, что они могут предложить вам новость. Это обеспечит сообщество уникальным контентом и, возможно, расширит вашу информационную краеведческую базу.

Заключение

В методическом пособии мы рассмотрели основные принципы и методы работы краеведческого сообщества в социальной сети «ВКонтакте».

Помните о том, что социальные сети находятся в непрерывном развитии. Следите за новостями и трендами, получайте новые знания, применяйте их на практике.

Мы надеемся, что этот материал поможет вам в создании и развитии вашего сообщества, вдохновит на создание новых краеведческих проектов и поможет в продвижении уже существующих ресурсов, ведь краеведение — локальная, маленькая, но очень важная часть общей истории.

Словарь терминов

1. **Администрирование** — управление сообществом.

В социальной сети «ВКонтакте» есть четыре вида администрирования:

- **Владелец сообщества** — тот, кто создал сообщество. Имеет доступ ко всем настройкам, только владелец может подать заявку на верификацию.
- **Администратор** — имеет доступ к настройкам и функциям сообщества, может назначать и снимать администраторов.
- **Редактор** — Не имеет доступа к настройкам сообщества, может писать от имени сообщества, добавлять, удалять и редактировать контент,
- **Рекламодатель** — Может размещать рекламные записи от имени сообщества.

2. **Модерация** (лат. moderor — умеряю, сдерживаю) — проверка контента на соответствие тематике и правилам ресурса. В обязанности модератора так же входит фильтрация предлагаемых подписчиками новостей и комментариев (исключаются оскорбления, нецензурная лексика и т.д.)

3. **Контент** — (англ. content — содержание) — это информационно значимое наполнение интернет-ресурса.

4. **Интуитивный интерфейс** — это интерфейс, который безошибочно направляет людей к совершению необходимого действия.

5. **Хэштег** (англ. hashtag от hash — знак «решётка» + tag — метка) — ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в социальных сетях, облегчающий поиск публикаций по теме или содержанию и начинающийся со знака решётки.

6. **Пост** (англ. post — сообщение) — публикация в социальных сетях.

7. **Фидбэк** (англ. Feedback) — обратная связь.

8. **Вирусный охват в контакте** (англ. viral — вирусный) — это охват публикациями группы аудитории, не являющейся подписчиками этой группы у нерекламных записей.

9. **Лайк** (от английского like) — это средство, помогающее пользователю интернета выразить свое одобрение к выложенному контенту в социальных сетях.

10. **Репост** — Вторичная публикация сообщения, размещённого другим пользователем в социальной сети или блоге, со ссылкой на источник.

Дополнительные источники для изучения темы

1. Курс Google Data Studio для изучения основ SMM — URL : <https://smm.school/kurs-google-data-studio/> (Дата обращения: 26.05.2020).

2. «Помощь» — раздел поддержки пользователей «ВКонтакте» — URL : <https://vk.com/support?act=home> (Дата обращения: 26.05.2020).

3. **«Социальные сети»:** методическое пособие для специалистов учреждений культуры / сост. О. Кудинова, А. Михайлова; портал «Культура.РФ». — 2019. — 140 с. — URL : https://all.culture.ru/documentation/SMM_metodicheskoe_posobie.pdf (Дата обращения: 26.05.2020).