

## Публічна бібліотека в мережі «Фейсбук». Бути там, де читач!

Харківська обласна універсальна наукова бібліотека підготувала посібник «Бібліотека в соціальній мережі «Фейсбук» – оформлюємо сторінку бібліотеки», який містить практичні поради щодо створення сторінки бібліотеки в соціальній мережі «Фейсбук» та її подальшого оформлення і ведення. В цій статті надаються стислі рекомендації щодо представлення бібліотек в мережі «Фейсбук».

«Якщо вас немає в Інтернеті, вважайте, що ви не існуєте».

Білл Гейтс

**Фейсбук** – найпопулярніша соціальна мережа у світі, що почала працювати 4 лютого 2004 року як мережа для студентів деяких американських університетів.

Користувачі мережі «Фейсбук» мають можливість створювати профілі з фотографіями, списками інтересів, контактними даними та іншою особистою інформацією. Вони можуть спілкуватися із друзями та іншими користувачами за допомогою приватних або загальнодоступних повідомлень і чату. Також користувачі можуть створювати й приєднуватися до груп за інтересами та «сторінок уподобань».

Навіщо бібліотеці фейсбук?

- можливість налагодити комунікаційні зв'язки з користувачами;
- збільшити кількість користувачів;
- популяризувати онлайн сервіси;
- розширити спектр послуг;
- дізнатись думку користувачів про наявність ресурсів бібліотек, їх запити;
- зменшити негативне ставлення до бібліотеки;
- повідомити новину;

- розказати про бібліотеку та її події;
- забезпечити рекламу професійної діяльності бібліотеки;
- отримати відгуки (позитивні або негативні) про бібліотеку та її послуги.

У мережі «Фейсбук» існує 3 види сторінок: особистий профіль, група, сторінка організації.

**Особистий профіль** – призначений для особистого користування, представляє окрему людину. Тут можна завантажити фотографію, зображення обкладинки. Тут ви публікуєте повідомлення, тут відображаються дані про вас, які ви надали.

**Група** – своєрідний віртуальний майданчик для спілкування, обміну інформацією однодумців, людей зі спільними інтересами, об'єднаними професією, темою. В групі розмішувати записи може будь-хто і всі записи відображаються на стіні групи.

Бувають загальнодоступні (відкриті), закриті та таємні групи.

Відкриті групи – будь-хто може бачити спільноту, її склад та дописи.

Закриті групи – будь-хто може знайти та переглянути її склад,

**Вероніка  
Завгородня,**

провідна методистка  
Харківської обласної  
універсальної наукової  
бібліотеки

бачити дописи можуть виключно учасники спільноти.

Таємні групи – можуть знайти та бачити дописи лише ті, хто входить до спільноти.

**Сторінка** – призначена для представлення компаній, організацій, установ, громадських рухів. Дизайн і налаштування сторінки організації спеціально розроблений для цілей організації.

Для бібліотеки прийнятні два останні варіанти – група та сторінка організації.

Створити сторінку бібліотеки в мережі «Фейсбук» дуже просто. Є лише один нюанс – сторінка бібліотеки не може існувати без бібліотекаря. Тому, перш ніж створити сторінку бібліотеки, бібліотекаря необхідно спочатку самому зареєструватися в цій соціальній мережі, тобто створити свій особистий профіль.

Зареєструватися у фейсбуку можуть будь-які користувачі старші за 13 років. Для цього потрібно мати доступ до Інтернету, знати адресу власної електронної пошти й номер мобільного телефону. Ваш особистий профіль повинен містити правдиву інформацію про вас та бути живим, інакше фейсбук не надасть вам можливості створити сторінку бібліотеки.

Як же створити безпосередньо сторінку бібліотеки?

На головній панелі фейсбуку натисніть на «+», який є кнопкою «Створити», та оберіть кнопку «Сторінка».

Далі перед вами з'явиться макет вашої майбутньої сторінки. З лівої сторони будуть графи, які потрібно заповнити. Це – назва організації, категорія та опис. А з правої сторони буде показано як це все виглядатиме після збереження на комп'ютерній та мобільній версії сторінки.

Після заповнення цих граф, вам буде надана можливість додати фото сторінки та обкладинку. Бажаючи підготувати світлини заздалегідь та приступити до оформлення сторінки на етапі реєстрації, тому що

саме тут ви можете подивитися як фото та обкладинка будуть виглядати в комп'ютерній та мобільній версії сторінки.

Після того як ви додасте фото профілю та обкладинки, натисніть на кнопку «Зберегти». Ваша сторінка готова!

Більшість бібліотекарів не дуже відповідально ставляться до оформлення сторінки – вказують неправильні чи задовгі назви бібліотек, на місце фото профілю чи обкладинки ставлять картинки з Інтернету і т. п. Адже правильне оформлення сторінки є запорукою успіху сторінки бібліотеки серед користувачів, стимулює читача зацікавитися поглядом за сторінку вашої бібліотеки, захотіти підписатися і бути в курсі всіх новин вашої бібліотеки, а потім ще й прийти до бібліотеки офлайн.

На що треба звернути увагу при оформленні сторінки бібліотеки?

**Назва сторінки** – в ідеалі це повинна бути точна назва бібліотеки.

Краще не використовувати назви із зайвими подробицями (наприклад, Обласний комунальний заклад «Харківська обласна універсальна наукова бібліотека»); назви без конкретики, по яким не зрозуміло, що саме за організацію представляє сторінка (наприклад, Центральна бібліотека); задовгі назви (наприклад, Книжковий дім в селі Просяне по вулиці Центральній); не використовувати в назві заголовні букви, якщо їх використовують без урахування мовних норм (наприклад, Красноградська Міська Бібліотека).

Приклади вдалих назв:

- Харківська обласна універсальна наукова бібліотека;
- Андріївська бібліотека Кеگیчівської ТГ;
- Бібліотека 7 міста Бердянська;
- Близнюківська публічна бібліотека.

**Категорія** – відображається під назвою сторінки бібліотеки. За категорією користувач фейсбуку

може зрозуміти, чим займається ваша компанія, а також швидше знайти сторінку вашої бібліотеки. Ви можете обрати до трьох категорій (наприклад, категорії «Бібліотека» або «Культурний центр» і додати категорію «Місцеві послуги»).

Переваги категорій.

- Вони показуються на сторінці. Основна категорія буде видна прямо під назвою компанії. Чим точнішими будуть категорії, тим краще користувачі фейсбуку зрозуміють, чим займається ваша компанія.

- Вони допомагають потенційним клієнтам знайти вашу бібліотеку.

- За категоріями виконується пошук. Якщо людина шукає категорію, яку ви вказали, то ваша сторінка з'явиться в результатах пошуку.

- Категорії враховуються при підборі рекомендацій. Люди, які вказали, що їх цікавлять послуги або товари, які ви надаєте, можуть побачити вашу сторінку в рекомендаціях.

- Категорії враховуються при пошуку за місцем розташування. Ваша сторінка з'явиться в результатах пошуку, коли люди будуть шукати компанії поруч. Щоб потенційні читачі могли вас знайти, обов'язково вкажіть актуальну адресу.

- Категорії враховуються при підборі схожих сторінок. Категорії допомагають відібрати схожі сторінки, щоб людям було простіше їх знайти.

**Опис або інформація про бібліотеку** – тут необхідно додати інформацію про вашу бібліотеку, а саме відповісти на запитання: чим займається ваша організація, які послуги надає, яка мета вашої організації. Також тут же необхідно додати інформацію про графік роботи бібліотеки, контактну інформацію (адреса бібліотеки з індексом, номер телефону з кодами місцевості, адреса електронної пошти), посилення на сайт та сторінки бібліотеки в інших соціальних мережах.

**Фото профілю** – кругла картинка, яка розміщується в лівому

верхньому кутку. Поряд з обкладинкою це перше, що бачать користувачі, відкривши сторінку компанії. А в стрічках підписників саме аватар відображається поруч з усіма публікаціями.

Фото профілю повинно бути зрозумілим і впізнаваним – в поєднанні з назвою компанії фото профілю пояснює, хто ви та привертає увагу, щоб користувач зачепився за нього поглядом, гортаючи стрічку. Для нього, як правило, обирають логотип або інший фірмовий елемент на однотонному тлі. Також воно повинно бути якісним – аватар відображається на ПК в розмірі 170x170 px, на смартфонах – 128x128 px. Ви можете завантажити зображення більшого розміру, щоб при кліці користувач мав змогу краще розглянути деталі, але слід зберегти пропорції, інакше фейсбук просто обріже зайве, щоб вийшов квадрат. Також необхідно врахувати ще один момент – в стрічці та коментарях фото профілю відображається не у вигляді квадрата, а у вигляді кола, тому слід переконаватися, що в обрізаному форматі не втрачаються потрібні елементи.

В якості фото профілю краще не використовувати фото приміщення бібліотеки, фото колективу, фото фонду, фото вивіски, картинки з Інтернету тощо.

**Обкладинка профілю** у верхній частині сторінки займає третину екрану (або навіть половину, залежить від пристрою). Саме за обкладинку зазвичай чіпляється погляд користувача, коли він відкриває профіль.

Щоб фон працював на загальну ефективність сторінки, він повинен бути, в першу чергу, візуально привабливим: яскравим і незабутнім; гармонійним з фото профілю; в фірмовому стилі бренду.

Обкладинка – це обличчя сторінки, тому підбирайте для неї якісні фото. Фейсбук рекомендує використовувати зображення у форматі PNG.

На ПК обкладинка бізнес-сторінки відображається в розмірі

820x312 px, на смартфонах – в розмірі 640x360 px. Тобто пропорції обкладинки на смартфонах змінюються і картинка, відповідно, обрізається по ширині. Як при цьому уникнути втрати інформації (тексту або частини зображення)?

Є два варіанти:

- заздалегідь зробіть обкладинку в пропорціях для мобільної версії;
- подбайте про те, щоб вся важлива інформація розміщувалася по центру.

Кількість тексту на обкладинці регулюється правилами фейсбуку – текст повинен займати максимум 20% фону. При цьому особливих вимог до змісту немає – відповідно до стандартів соцмережі, не можна розміщувати на обкладинці образи, погрози, інформацію/зображення, які вводять користувачів в оману або порушують авторські права.

Навесні 2017 року в мережі «Фейсбук» було анонсовано можливість використовувати відео в якості фону для бізнес-сторінок, і це стало подарунком для організацій та бізнесу. Завдяки відео обкладинка перетворилася на повноцінну рекламну площадку для організацій.

За допомогою відеообкладинки розкажіть історію, яка зробить вас ближче до аудиторії. Наприклад, покажіть свою бібліотеку чи її фонд, як це зробила URBAN бібліотека (<https://www.facebook.com/urbanbibliotekalviv>).

На жаль, на сьогодні обмаль бібліотек застосували такий варіант обкладинки для власних сторінок, зауважимо, що саме відеообкладинка може стати чудовим варіантом виділитися серед інших закладів. Що стосується технічних характеристик, то:

- розміри відео, як і розміри фото обкладинки, становлять 820x312 px;
- довжина відео повинна бути від 20 до 90 секунд.

Відеообкладинка потребує використання трафіку, що необхідно враховувати при виборі такого ва-

ріанту обкладинки. Слід зауважити, якщо у читачів повільний доступ до Інтернету, то вони просто не будуть заходити на вашу сторінку. Це стосується переважно сільської місцевості з обмеженим Інтернетом.

Що розміщувати на обкладинці в фейсбуку.

*Продукт* – покажіть, що ви пропонуєте читачам. Наприклад, фото нових надходжень, послуги бібліотеки, гуртки, книжкові виставки тощо. Використовуйте максимально яскраве, детальне фото.

*Колектив бібліотеки* – креативне, але не занадто офіційне фото. Передайте корпоративний дух бібліотеки за допомогою гарного фону. Покажіть, що ви пишаєтеся людьми, з якими працюєте. Це відразу зробить вашу бібліотеку більш наближеною до читачів, адже люди люблять мати справу з тими, кого добре знають. І обкладинка – відмінне місце для знайомства.

*Новини*. Обкладинка чудово підійде для того, щоб тримати читачів в курсі ваших новин. Планується якась подія? Відмінно, розкажіть про неї відразу ж, як тільки людина потрапить на вашу сторінку.

*Спеціальні пропозиції*. Якщо у вас є акції чи спеціальна пропозиція для користувачів – розмістіть їх прямо на обкладинці. Наприклад, у вашій бібліотеці платний абонемент і ви вирішили до Дня бібліотек зробити запис до бібліотеки безкоштовним. Саме це і можна розмістити на обкладинці.

*Заклик*. Якщо хочете, щоб обкладинка приносила вам більше підписників на сторінці та нових читачів, однозначно варто розмістити на фон сторінки грамотний заклик до дії. Все просто: хочете чогось від підписників, просто попросіть їх про це – зареєструватися, приїхати, зателефонувати вам або підписатися на оновлення. Є кілька способів це зробити:

1) ведіть людей на сайт (розміщуйте адресу на обкладинці + посилення в описі);

2) запрошуйте в офлайн (давайте номери телефонів або адре-

си).

**Ім'я користувача** – унікальне ім'я, котре одночасно використовується в посиланні. Воно допомагає людям знаходити сторінку і запам'ятовувати її. Знаходиться під назвою бібліотеки. Наприклад, @KharkivOUNB; @pisochin.biblioteka; @merefa.library тощо.

Яким має бути ім'я користувача:

- унікальне (не використовується вже іншим користувачем);
- складатися щонайменше з п'яти символів;
- може містити тільки літери та цифри (A–Z, 0–9), а також крапки («.»);
- не може містити загальні терміни або розширення (.com, .net);
- для розрізнення імен користувачів не можна використовувати крапки («.») та великі літери. Наприклад, варіанти KharkivOUNB та kharkivounb вважаються одним і тим самим іменем;
- не повинно імітувати іншу особу;
- має відповідати правилам фейсбуку.

Правильна назва сторінки, якісне та відповідне фото профілю та обкладинки, доречно обрання категорія та детальна інформація про бібліотеку, лаконічне посилання на сторінку (ім'я користувача) – запорука зацікавленості та залучення користувачів до сторінки вашої бібліотеки. А цікавий, якісний та різноманітний контент – головна умова, що ці користувачі будуть з вами надовго!

Що можна/необхідно публікувати на сторінці бібліотеки:

- повну назву бібліотеки (у вкладці «Інформація»);
- контакти (адреса, телефон, e-mail), години роботи;
- посилання на сайт/бази даних/інші соціальні мережі;
- подати структуру, перелік послуг бібліотеки, процедуру запису;
- представити фото бібліотеки, відео про бібліотеку чи інші промоційні для бібліотеки відео;

• проводити онлайн-консультації та надавати віртуальні довідки;

• надавати допомогу читачам (плакати, відео, присвячені пошуку в каталогах, пошуку і правильному цитуванню статей і т. п.);

• здійснювати організаційну підтримку заходів (публікувати афіші, буклети, флаєри, листівки, фото тощо);

• подавати анонси надходжень, поради, рекомендації книг, посилання на е-колекції документів, відео- чи музичні колекції бібліотеки з можливістю переглянути/прослухати;

• розміщувати різноформатні колекції (буктрейлери, інтерактивні плакати, слайди, інфографіку та ін.);

• створювати та розміщувати тематичні матеріали для різних категорій читачів (молодих мам, любителів рукоділля, садівників, фотолюбителів і т. д.);

• готувати спільні альбоми;

• виставляти пости по знаменним і пам'ятним датам;

• подавати фото книг з анотацією;

• представляти підбірки книг з фонду бібліотеки;

• надавати інформацію про нові надходження;

• розміщувати фото книжкових виставок з описом літератури;

• рекламувати заходи бібліотеки (розміщувати анонси подій);

• анонсувати новини та події з життя бібліотеки;

• інформувати про культурні події району/міста/села;

• експонувати історію у світлинах;

• надавати інформацію про видатних людей, історичні та цікаві місця району/міста/села;

• ініціювати проведення батлів між авторами (обрати улюбленого письменника), цікавих квестів, вікторин тощо;

• надавати розповіді про улюблені книги від читачів (#читачрекоментує);

• подавати цитату дня;

• здійснювати навчання новачків (можна обрати цікаву читачам

тематику та створити програми для навчання. Наприклад, пам'ятки по користуванню комп'ютером, рекомендації зі швидкого пошуку в Інтернеті тощо);

• розміщувати лайфхаки для аудиторії з вашої тематики у вигляді: порад; досвіду; статей; відео в сторіз або в пости;

• створювати списки та чек-листи – «Улюблені книги колективу бібліотеки», «Фільми для недільного вечора», «Список книг для холодних зимових вечорів», «План заходів бібліотеки на місяць», «25 ідей для ідеального літа» тощо;

• організовувати конкурси, вікторини та флешмоби;

• спонукати читачів до дії – розказати читачам, чому добре – читати книги, відвідувати заходи бібліотеки, постійно пізнавати нове, займатися спортом і т. д.;

• створювати пости-знайомство, що міститимуть інформацію про вашу бібліотеку, ваш графік роботи, вашу діяльність, заходи, проекти, можливості для користувачів тощо;

• ініціювати розміщення постів запитань-відповідей, для чого проаналізувати питання, які найчастіше виникають в аудиторії, та зібрати їх в один пост. Періодично оновлюйте їх, щоб інформація залишалася завжди актуальною;

• проводити благодійні акції (речі, іграшки для дітей) в бібліотеці та рекламувати їх у фейсбуку;

• проводити опитування користувачів щодо послуг;

• здійснювати вітання зі святами тощо.

Детальніше про створення сторінки бібліотеки в соціальній мережі «Фейсбук» та її подальше оформлення й ведення читайте в практичному poradnikу «Бібліотека в соціальній мережі «Фейсбук» – оформлюємо сторінку бібліотеки» за посиланням <http://library.kharkov.ua/libdruk/LibKh-0000000331.pdf>.

Натхнення вам та успішних сторінок бібліотек у мережі «Фейсбук»!