**Конева Елена Фёдоровна,**

**методист Верещагинской центральной**

**районной библиотеки**

**Конкурсы в социальных сетях**

**как способ стимулирования пользователей**

***(на примере библиотечной группы «ВКонтакте»)***

Социальные медиа становятся сегодня неотъемлемой частью маркетинга современных библиотек. Одним из самых востребованных средств коммуникации являются социальные сети. Присутствие библиотеки в социальных сетях – уже не мода, а необходимость. Социальные сети позволяют библиотекарям общаться с реальными и потенциальными пользователями в привычной для них среде.

Наша работа в социальных сетях началась в 2010 году с создания группы библиотеки «ВКонтакте», поскольку это самая популярная в Рунете социальная сеть. На данный момент в группе зарегистрировано **276** человек. В сообществе состоят жители не только Верещагино и Перми, но и Москвы, Минска, Санкт-Петербурга, Сургута, Екатеринбурга, Новгорода и др. В группе создан **41** фотоальбом, предложено **25** видеозаписей (в том числе **8** собственных), **17** тем для обсуждений. Здесь выкладываются новости библиотеки, объявления, фото мероприятий и выставок, информация о книжных новинках, проводятся обсуждения, опросы, конкурсы. Адрес группы – **http://vk.com/club21202148.**

Конкурсы в социальных сетях – один из способов привлечения новой аудитории и оживления отношений с уже состоявшимися участниками. Ежегодно мы проводим в группе несколько конкурсов. Все они связаны с тематикой группы – библиотекой, писателями, книгами, краеведением.

Например, конкурс **««Узнай писателя»** (2011 г.). Участникам группы предлагалось узнать писателей по их портретам или фотографиям. В альбоме были выложены изображения писателей разных эпох и народов: классики (М.Ломоносов, М.Лермонтов, Н.Гоголь) и современники (А.Иванов, А.Гавальда, Д.Донцова); русские (М.Булгаков, М.Шолохов) и зарубежные авторы (Дж. Лондон, А.Сент-Экзюпери), а также детские писатели (А.Барто, Л.Кузьмин, Э.Успенский). Победителем конкурса стал молодой мужчина, Константин Стародубцев, который назвал 17 из 20-ти предложенных авторов. Неузнанным остался только 1 писатель – драматург А.Н. Островский.

В 2014 г. мы усложнили задачу, и предложили участникам группы угадать писателей-юбиляров **по их рисованным портретам и шаржам**. С этим непростым заданием удалось справиться нашей коллеге – библиотекарю Ф.В. Зверевой.

Литературно-краеведческий конкурс **«Литературные улицы нашего города»** предлагал верещагинцам узнать по фото улицы нашего города, носящие имена русских писателей. Таких улиц в нашем городе 13. В этом конкурсе победу одержала школьница Даша Егорова, которая участвовала в конкурсе вместе с родителями.

 Большой отклик получил у верещагинцев фотоконкурс **«В объективе – позитив»**, проведённый в группе в 2011 г. Участникам группы предлагалось загрузить в специально созданный альбом свои фотографии по номинациям: «Поделись улыбкою своей», «Источник радости – природа», «Эти забавные животные». Все представленные на конкурс фотографии демонстрировались по местному кабельному телевидению, в результате чего увеличилось количество участников группы. В фотоконкурсе приняли участие **22** человека, они представили **65** фотографий. **8** победителей получили от библиотеки призы и подарки*.*

 А вот в конкурсе **«Фотоиллюстратор**» (2013 г.) приняли участие только 3 человека. Очевидно, предлагаемое задание показалось участникам группы сложным: нужно было загрузить фото с видами г. Верещагино и подобрать в качестве иллюстрации любое стихотворение. Тем не менее, выложенные работы привлекли внимание, и все участники конкурса были поощрены призами.

Очень быстро определились победители в ходе **киновикторины**, проведенной в группе в 2012 году. По кадрам из фильмов нужно было назвать книгу, по которой снят фильм, а также её автора. В качестве заданий были использованы кадры из фильмов: «Жестокий романс», «Мой ласковый и нежный зверь», «Иван Васильевич меняет профессию», «Тихий Дон», «Парфюмер», «Ромео и Джульетта» и др.

 2012 год был объявлен в России годом истории, поэтому в нашей группе состоялась викторина **«Исторический калейдоскоп»**. Участникам предлагалось ответить на вопросы по российской истории. Например:

* Какое название получило решающее сражение между объединённым [русским](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%83%D1%81%D1%8C) [войском](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%BE%D0%B9%D1%81%D0%BA%D0%BE) во главе с Дмитрием Донским и войском Мамая, состоявшееся 8 сентября 1380 года? *(Куликовская битва)*
* Как звали первую в русской армии женщину-офицера, кавалерист-девицу и писательницу? *(Надежда Андреевна Дурова)*
* Кто автор картины «Наполеон на бородинских высотах*?» (В.В. Верещагин)*
* Какой исторической личности посвящена повесть Дмитрия Балашова «Марфа-посадница»? *(Марфа Борецкая – жена новгородского посадника Исаака Борецкого)* и др.

Иллюстрациями к вопросам были картины и фото из Интернета.

 Перед новогодними и рождественскими праздниками всегда хочется порадовать участников группы призами и сюрпризами. Поэтому в 2013 г. в группе прошёл **конкурс-викторина по новогодним книгам**. Нужно было по отрывку из сказки, романа, стихотворения определить, произведение и автора. Были использованы отрывки из произведений: «Щелкунчик» Э. Гофмана, «Ночь перед Рождеством» Н. Гоголя, «Лёля и Минька» М. Зощенко, «Джентельмены удачи» В. Токаревой, «Правдивая история Деда Мороза» А. Жвалевского и Е. Пастернак, а также стихотворение А. Твардовского «Утро». Победительница конкурса – студентка Екатерина Шаврина – получила от библиотеки новогодний подарок.

 В преддверии Дня библиотек в группе прошли конкурсы, посвящённые нашей профессии. Например, конкурс **«Расшифруй слово «БИБЛИОТЕКАРЬ».** Необходимо было на каждую букву придумать прилагательное, характеризующее библиотекаря. Например:

Б – безупречный,

И – интересный,

Б – бессребреник,

Л – любознательный,

И – исполнительный,

Т – творческий,

Е – единомышленник,

К – компетентный,

А – активный,

Р – работоспособный,

Ь – просто мягкий человек.

В конкурсе приняли участие **5** человек, они предложили разные варианты. Коллектив библиотеки тайным голосованием определил победителя.

 Участникам конкурса **«Узнай свою библиотеку!»** (2014 г.) предлагалось по фотографиям узнать отделы Центральной библиотеки. Безусловно, сделать это мог только тот, кто посещает нашу библиотеку. Победительница конкурса получила в подарок часы с логотипом ЦБ.

 И, наконец, в июне 2015 года в группе состоялся краеведческий конкурс **«Где эта улица? Где этот дом?»**. Верещагинцам предлагалось узнать по фотографиям улицы родного города. Причём в одном из сфотографированных мест был спрятан приз для самого находчивого участника. В этом году в группе также планируется конкурс **«Литературный микс»**, посвящённый Году литературы.

 При проведении конкурсов в социальных сетях следует учесть ряд моментов:

* Конкурс не может стать сразу востребованным и популярным, если информацию о нём нигде не размещать. Необходимо публиковать рекламу конкурса на сайте библиотеки, в её группах и блогах (если таковые имеются), а также в группах местных сообществ. В нашем случае – это «Мой город Верещагино», «Верещагинский вестник», «Верещагино – западные ворота Урала» и др.
* Объявленный конкурс важно не только правильно начать и провести, но и правильно закончить. Определение победителя должно быть прозрачным. Когда победитель выявлен, необходимо опубликовать информацию о том, где и как он может получить свой приз, а саму церемонию вручения приза запечатлеть на фото или видео, чтобы затем опубликовать в группе и на сайте библиотеки.

Таким образом, проведение конкурсов – один из действенных способов комьюнити-менеджмента. Конкурсы позволяют решить сразу несколько задач:

* Активизировать аудиторию. Будучи вовлечёнными в активное действие, пользователи чаще посещают сообщество. Посетителями группы становятся и те, кто не участвует в конкурсе, а только наблюдает за его ходом.
* Привлечь в сообщество новых участников. Голосование за лучшее фото или пост стимулирует участников приглашать в сообщество своих друзей и знакомых.
* Наполнить группу пользовательским контентом. Например, в ходе фотоконкурсов создаются фотоальбомы, которые пополняют участники группы.

Эффективность конкурса повышается в том случае, когда к нему подключаются другие средства массовой информации: местные газеты, радио, телевидение.

**Литература:**

1. Халилов, Д. Маркетинг в социальных сетях / Дамир Халилов. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с.
2. Василькова, Е. А. Библиотеки в соцсетях : цикл статей. Ст. 3. Как управлять сообществом в сети «ВКонтакте» / Е. А. Василькова // Современная библиотека. – 2014. – № 5. – С. 26–29.
3. Конкурсы в социальных сетях как средство продвижения сайта или бренда [Электронный ресурс] // Webstudio2u. – Режим доступа: http://webstudio2u.net/ru/web-promotion/669-konkursy-v-sotsialnyh-setyah.html.