

**Министерство культуры Республики Татарстан  
Государственное бюджетное учреждение культуры  
«Республиканская юношеская библиотека»**

# **Библиотека в социальных сетях: основные принципы работы**

**методические рекомендации**

**Казань**

**2021**

**ББК 78.38**

**Б59**

**Составители:** М.С. Большебородова

**Компьютерный набор:** М.С. Большебородова

**Редактор:** Р.Т. Гатауллина

**Ответственный за выпуск:** Р.Т. Гатауллина

**Б59** Библиотека в социальных сетях: основные принципы работы: методические рекомендации / ГБУК РТ «Республиканская юношеская библиотека», сост. М. С. Большебородова. – Казань, 2021. – 24 с.

Знак информационной продукции 16+

**ББК 78.38**

В информационно-методическом издании представлены основные инструменты для продвижения библиотеки в социальных сетях. Данные рекомендации будут особенно интересны библиотекарям, преподавателям и воспитателям юношества.

© ГБУК РТ «Республиканская юношеская библиотека», 2021

## Содержание:

От составителя.....	4
Для чего нужны социальные сети библиотеке.....	5
Этапы создания сообщества библиотеки в социальных сетях.....	7
Разработка контент-плана.....	8
Создаем посты в социальных сетях.....	11
Визуальное оформление страницы.....	15
Научимся избегать ошибок.....	16
Продвижение библиотеки в социальных сетях.....	18
Делимся идеями: топ 10 аккаунтов библиотек.....	21
Список использованных источников.....	24



## От составителя

Роль социальных сетей в жизни библиотеки приобретает все большую важность и значимость. Сегодня, пожалуй, не существует такой библиотеки, у которой отсутствует аккаунт в «Инстаграм» или группы в «ВКонтакте» и «Фейсбук».

Безусловно, социальные сети делают библиотеки более привлекательными, узнаваемыми и современными. Уровень библиотечно-информационной деятельности становится более продуктивным. Сообщества библиотек в социальных сетях дают возможность установить дружеский, неформальный контакт с пользователем, позволяют привлечь к деятельности библиотеки. Многие сервисы, которые поддерживаются в социальных сетях, позволяют библиотекам проводить интерактивные, мультимедийные, презентационные мероприятия в онлайн-формате, что позволяет осваивать новый формат живого общения с читателями.



В сетях люди оказываются более открытыми, чем в реальной жизни, в большей степени готовы общаться и делиться информацией. Страницы в социальных сетях используются библиотеками как локальный информационный ресурс, где можно найти контактную информацию, анонсы о предстоящих мероприятиях и акциях, фотографии библиотеки и её

коллектива, поздравления читателей с праздниками. Сети позволяют общаться с коллегами в виртуальном режиме, обмениваться идеями, планами, организовывать совместные как онлайн, так и офлайн-проекты.

Данные методические рекомендации посвящены продвижению библиотеки в социальных сетях: от создания аккаунта и написания контент-плана, до визуального оформления страницы.

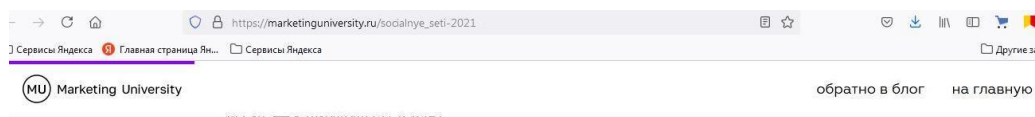
Методические рекомендации составлены с учётом существующего опыта работы в социальных сетях ГБУК РТ «Республиканская юношеская библиотека».

## Для чего нужны социальные сети библиотеке

Социальные сети дают достаточно большие возможности библиотечного информирования и вовлечения новых читателей, привлекают внимание к книге и чтению, повышают роль библиотеки, её узнаваемость.

Молодежь активно пользуется социальными сетями, поэтому такое представительство библиотеки в социальных сетях просто необходимо.

Согласно статистике на октябрь 2020 года, приведенной на сайте [Marketing University](https://marketinguniversity.ru) социальные сети используют 4,14 млрд. человек. Это больше половины населения Земли. Показатель вырос на 12,3% по сравнению с аналогичным периодом 2019 года. В среднем люди проводят в социальных сетях 2 часа 29 минут в день. 40% пользователей используют социальные сети для работы.



Я тут, если что



В России в социальных сетях ежемесячно отправляют 1,2 млрд. публичных сообщений – постов, репостов и комментариев, из них 496,2 млн. – в сети «ВКонтакте». Больше всего авторов – пользователей, написавших хотя бы 1 публичное сообщение за месяц, – в «Инстаграм» (42,8 млн). «ТикТок» стал самым скачиваемым приложением в России в 2020 году. Лидерами среди социальных сетей стали также «Инстаграм», «Likee» и «ВКонтакте».

Итак, отвечая на вопрос, зачем нужны социальные сети библиотеке:

- появляется возможность заявить о библиотеке огромной аудитории;
- социальные сети разрушают границы — это прямое общение с читателями, которые, возможно, станут вашими друзьями и партнёрами;
- можно оперативно узнать мнение пользователей по поводу проходящей акции, услуг библиотеки, изменения режима работы, выяснить их пожелания и предпочтения;
- социальные сети дают возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах, мероприятиях и распространить эту информацию дальше.





Важным этапом работы в социальных сетях является интеграция с библиотечным сайтом. Для этого на сайте необходимо добавить кнопки социальных сетей, а также объединить ссылками друг на друга, анонсируя публикации.

Пошаговая инструкция по созданию сообществ в социальных сетях:

- «ВКонтакте» [Как создать группу в ВК в 2021: пошаговая инструкция](#)
- «Инстаграм» [Несколько способов создания аккаунта в Инстаграм](#)
- «Фейсбук» [Как создать сообщество в Facebook](#)

## Разработка контент-плана

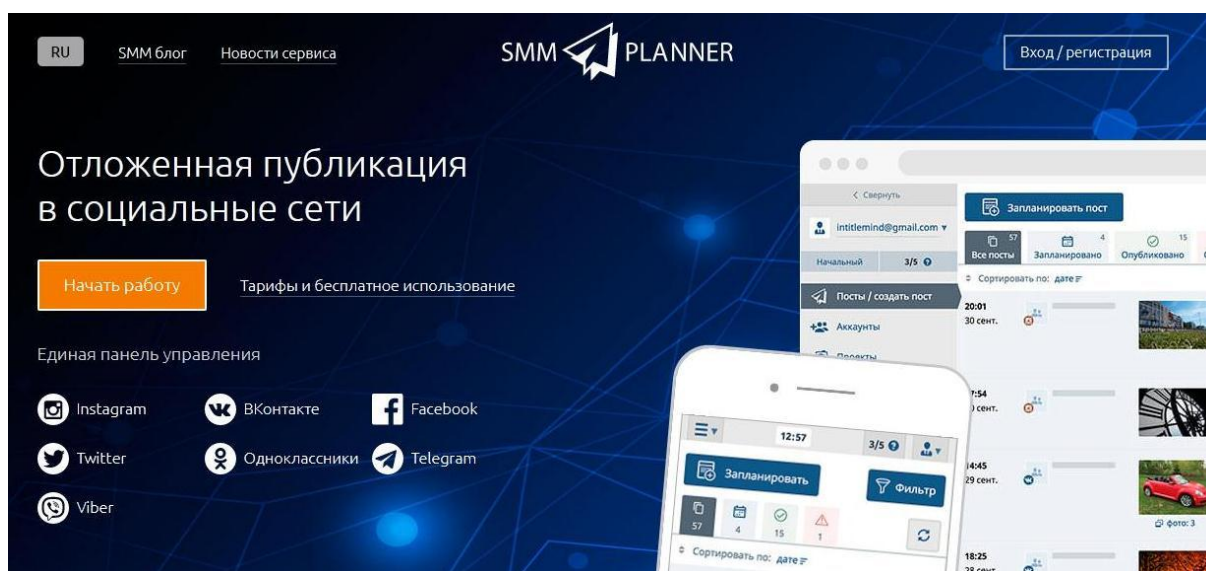
Ведение социальных сетей библиотеки отличается от ведения коммерческих аккаунтов. Библиотека – государственное учреждение культуры, которое ничего не продает, но это не значит, что рекламный контент в социальных сетях библиотеки должен отсутствовать. Контент библиотеки должен быть развлекательный, образовательный, информирующий и рекламный.

Для удобства работы с социальными сетями библиотеки, ежемесячно составляется контент-план на месяц. Если планирование публикаций на месяц кажется вам сложным, то возможно запланировать посты на неделю.

Контент-План							События
ПН	ВТ	СР	ЧТ	ПТ	СБ	ВС	



Рекомендуем использовать отложенный постинг. Это означает, что посты можно запланировать на определенную дату и время, и они будут выходить «сами по себе» без вашего участия. В социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук» запланировать публикацию можно непосредственно при оформлении поста. Для социальной сети «Инстаграм» существует SMMplanner – это сервис отложенного постинга.



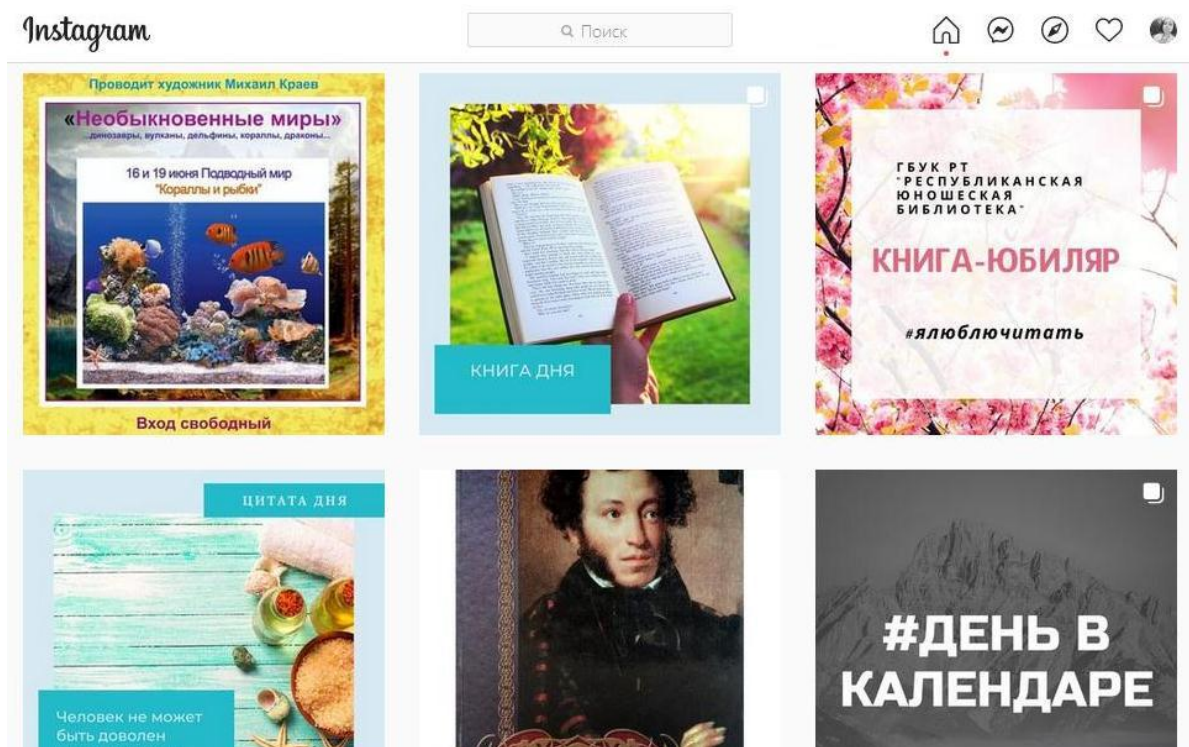
Без оформления платного пакета, вам дается 100 бесплатных постов ежемесячно для публикации [Сервис отложенного постинга SMMplanner.](#)

SMMplanner позволяет подключить сразу несколько аккаунтов, что, безусловно, облегчает работу с постингом.

При составлении контент-плана хорошо использовать календарь знаменательных и памятных дат на текущий год, где помимо праздников отражены дни рождения писателей и творческих людей, книги-юбилеры и др.

Большим плюсом будет создание рубрик, которые будут выходить еженедельно, так подписчики будут знать, что в определенный день выходит, например #книгадня. Придумать рубрики можно самостоятельно, а можно понаблюдать за коллегами: отмечайте и сохраняйте посты, которые особенно понравились вам в новостной ленте, анализируйте, какая именная информация набирает больше всего лайков и репостов.

В ГБУК РТ «Республиканская юношеская библиотека» ведутся постоянные рубрики: «Книга дня»; «Цитаты о жизни»; «Топ 5 книг»; «Книги о войне»; «Самые читаемые авторы»; «Самые читаемые книги»; «Хочу все знать»; «С книгой по миру»; «Книга-юбиляр»; «Это интересно»; «О чем рассказывают журналы»; «День рождения писателя» и др.



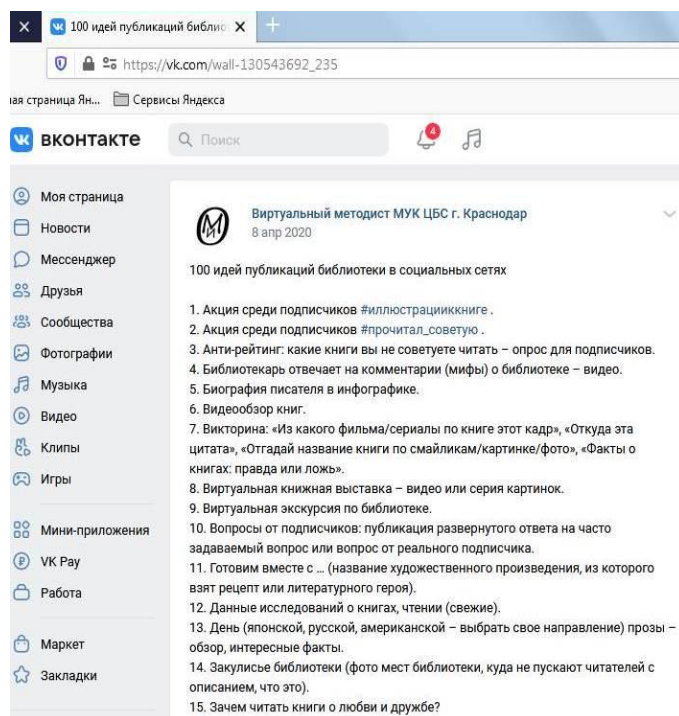
Специалистами в сфере социальных медиа разработана «золотая формула контента». Согласно этой формуле состав контента в социальных сетях библиотеки должен быть следующим:

- 65% это информационный контент, который включает в себя: новости, анонсы, хронику мероприятий, справочную информацию о библиотечных продуктах и услугах, а также награды и сертификаты библиотеки и ее читателей, репосты, близкие к теме сообщества;
- 25% вовлекающий контент — решает потребности читателей в общении, получении бонусов, призов. Это регулярные опросы конкурсы, викторины, акции, обсуждения, поощрение отзывов

пользователей советы от пользователей по улучшению библиотечной деятельности;

- 5% рекламный контент – рекламные ролики и материалы. При первом посещении страницы человек сначала замечает оболочку: дизайн, корпоративный стиль, логотипы. Качественный рекламный текст более тонко подает информацию.

О чем писать в социальных сетях? Представляем вашему вниманию тематическую подборку, подготовленную нашими коллегами МУК ЦБС г.Краснодара [100 идей публикаций библиотеки в социальных сетях](#)



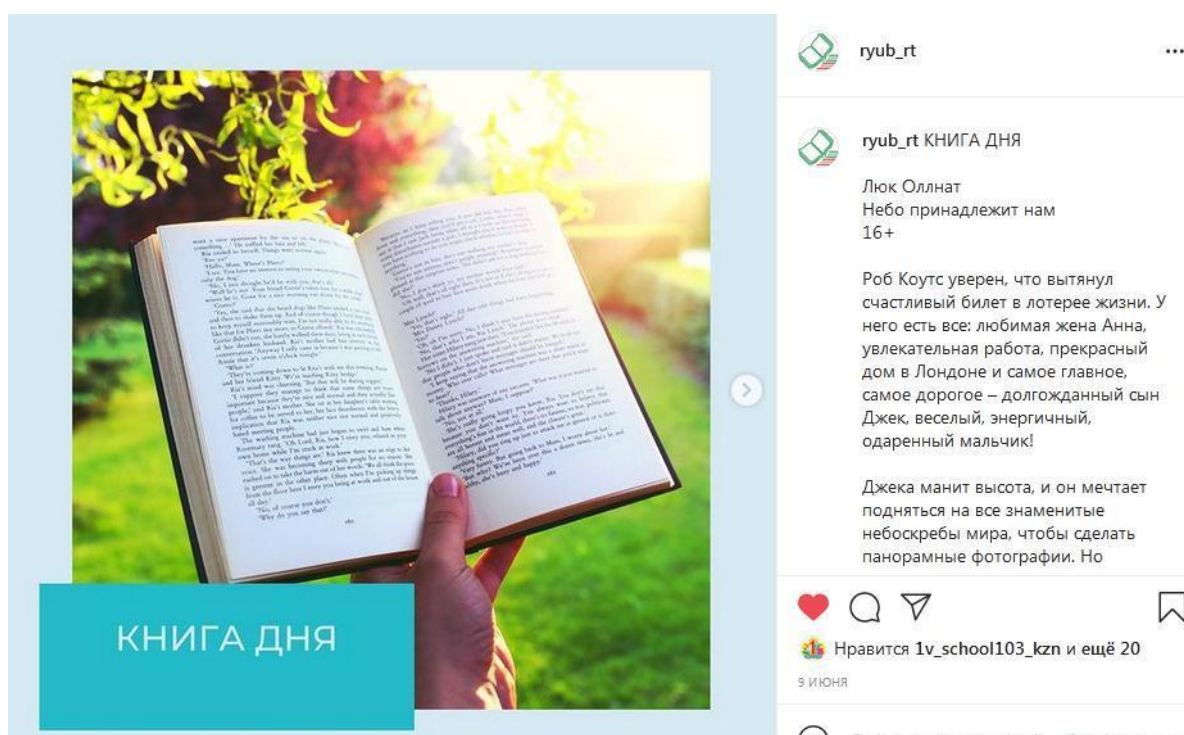
## Создаем посты в социальных сетях

Контент, состоящий из постов – это, как правило, информационное содержание ресурса: текст, фотографии, видео. Посты играют значимую роль в функционировании страницы, они помогают наращивать и вовлекать аудиторию в социальные сети библиотеки.

Если говорить о наполнении страниц, то чаще всего на первое место выходит текст. Существуют различные точки зрения на то, какой длины должен быть текст в посте и как это влияет на восприятие. Одно из заблуждений заключается в том, что раз текст написан и опубликован, то он будет обязательно прочитан. Пост может показаться читателю скучным, затянутым, перегруженным неинтересной информацией. Дело в том, что оценка текстового сообщения происходит мгновенно. Это называется

«эффект сканирования». Зрение человека выхватывает текстовое сообщение целиком, как бы сканирует его. Уже во время беглого взгляда на опубликованный текст мозг определяет, стоит ли углубляться в изучение материала.

Чтобы пройти этот тест, нужен хороший текст. А что такое хороший текст? Хороший пост имеет четкую структуру, разбит на абзацы и подразделы. Например, в социальной сети «Инстаграм» работает правило: один пост – одна мысль. Для этой социальной сети не нужно создавать большие статьи, лучше всего помещать пост в отведенные 2000 символов.



Всякий пост должен иметь четкую структуру: заголовки, подзаголовки, абзацы, списки. Хорошо структурированный текст легок в прочтении и понимании, к тому же выглядит привлекательно.

Первое предложение должно захватывать читателя. Именно оно определяет, будет ли он читать ваш материал дальше. Чем можно его зацепить? Например, вызвать любопытство, пообещать выгоду, подчеркнуть актуальность и ценность, указать целевую аудиторию, вступить в диалог.

Особые требования при создании текстов в «Инстаграм» относятся к абзацам.



Абзацы зрительно разделяют текст на смысловые блоки, облегчают чтение и понимание прочитанного. Оптимальный размер абзаца – от 3 до 7 строк на экране смартфона. Большое количество строк выглядит монотонно, вызывает скуку, рассеивает внимание читателя. Привыкайте делить текст на абзацы сразу, не затягивая. Изложили мысль? Оформите абзац. Не перетягивайте смыслы из абзаца в абзац, этим вы облегчите понимание текста потенциальным читателям.

Большое значение тексту в посте придает ритм. Как его определить? Достаточно прочесть написанное вслух – во время чтения появятся угловатости и недостатки, которые проявят себя нехваткой дыхания или нагромождением труднопроизносимых согласных. Добиваются ритмичного звучания чередованием предложений разной длины, но не следует это делать целью. Напишите текст, затем прочтите вслух. Это прием называется «вычитка», он крайне важен.

Во многих рекомендациях затрагивается тема уникальности контента. Не всегда получается представлять вниманию читателей только оригинальные тексты. Для того чтобы не дублировать содержимое, можно попробовать получить информацию из нескольких источников – переработать её и переписать.

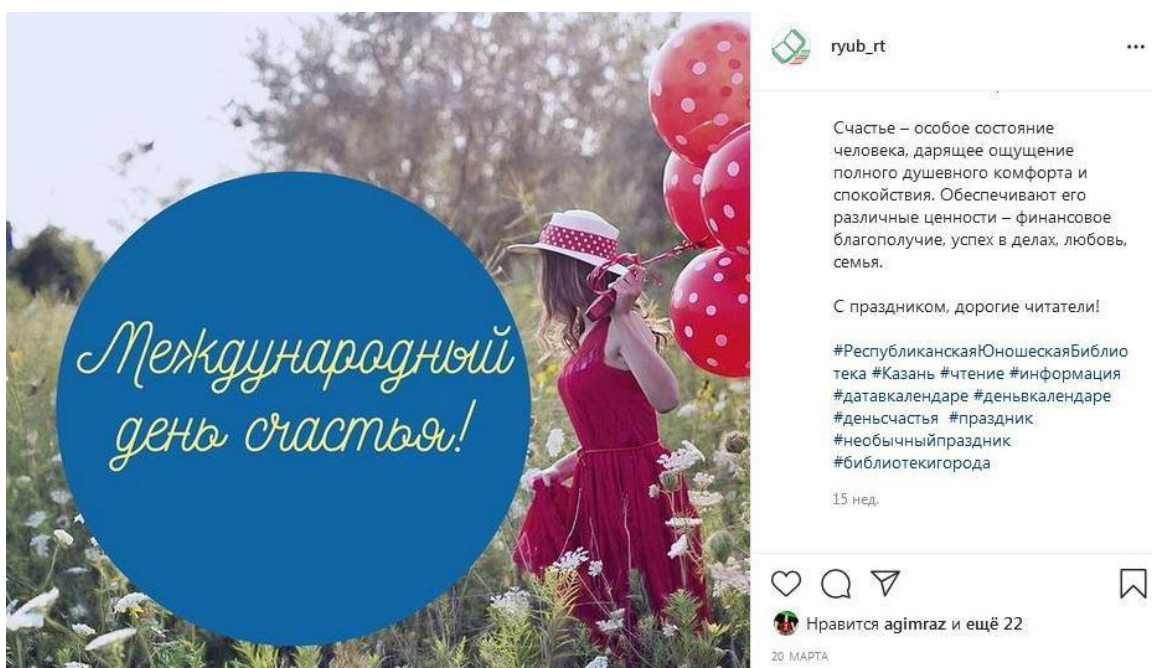
Хештеги в социальных сетях используют с целью привлечения внимания, обозначения темы, обеспечения попадания в ТОП выдачи информации. Как известно, в социальной сети «Инстаграм» разрешено использовать до 30 хештегов.

Хештег (от англ. hash – решетка + tag – метка) – это зарезервированная метка в виде «#» решетки, которую используют как основной способ поиска в социальных сетях по тематическим ключевым словам.

От выбора хештега зависит, сколько людей и как долго будут видеть вашу публикацию. Вид хештега влияет на выдачу, поэтому прописывают несколько хештегов из разных категорий.

Виды хештегов в зависимости от частоты упоминания:

- сверхчастотные – от 1 000 000 (#библиотека #поэзия #библиотекарь #литература #books #library);
- высокочастотные – от 100 000 (#книголюб #стихи #александрблок #блок);
- среднечастотные – от 10 000 (#книгоман #книжнаялавка #хорошиекниги #интересныекниги #книжныйклуб);
- низкочастотные – от 500 (#советуюпрочитатьэтукнигу, #лучшаякниганавсеремена).



Пристальное внимание следует уделять грамотности текстов. Неграмотный текст придаёт информации недостоверный вид.

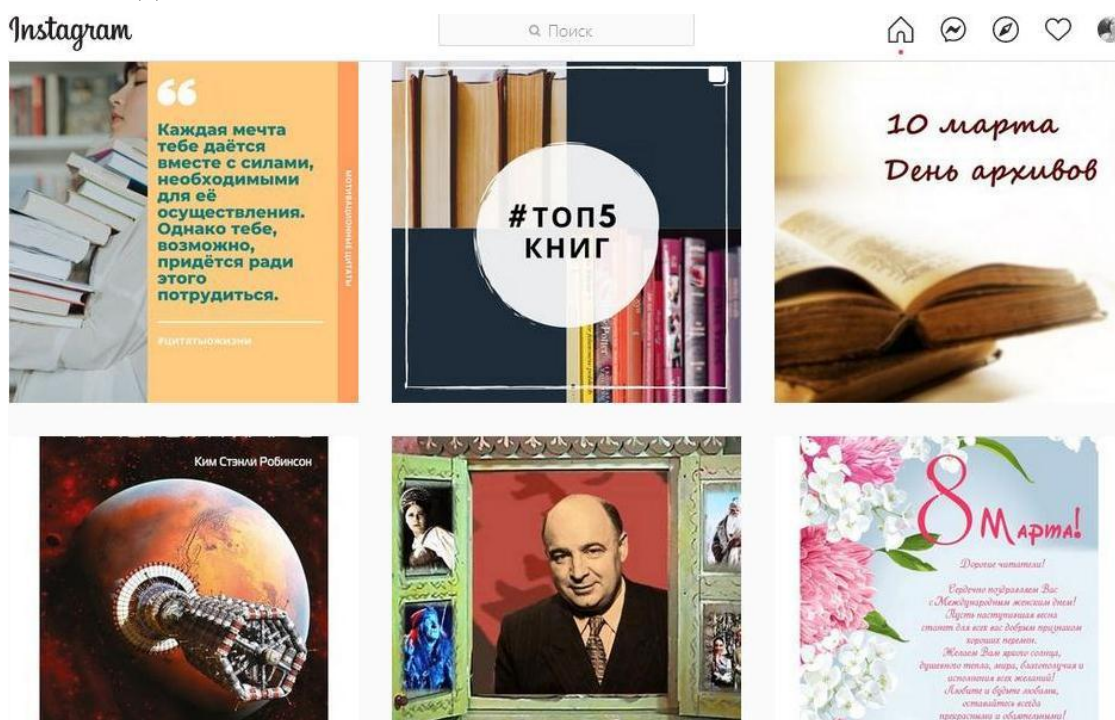
В помощь по редактированию текста существует масса онлайн-сервисов:

- Написание, склонение числительных <http://www.numeralonline.ru/>
- Проверка слов <http://www.gramota.ru/>
- Онлайн-проверка правописания <http://www.orfogrammka.ru>
- Проверяет на соответствие информационному стилю и очищает текст от словесного мусора <http://www.glvrd.ru/>

## Визуальное оформление страницы

Известно, что особый интерес вызывает наглядная информация. По статистике, 80% информации человек получает визуально. 98% пользователей социальных сетей лень читать текст, если рядом нет увлекательной картинки.

Визуальный контент – основа продвижения в социальных сетях. Он привлекает внимание, увеличивает вовлечённость подписчиков, вызывает желание поделиться записью.



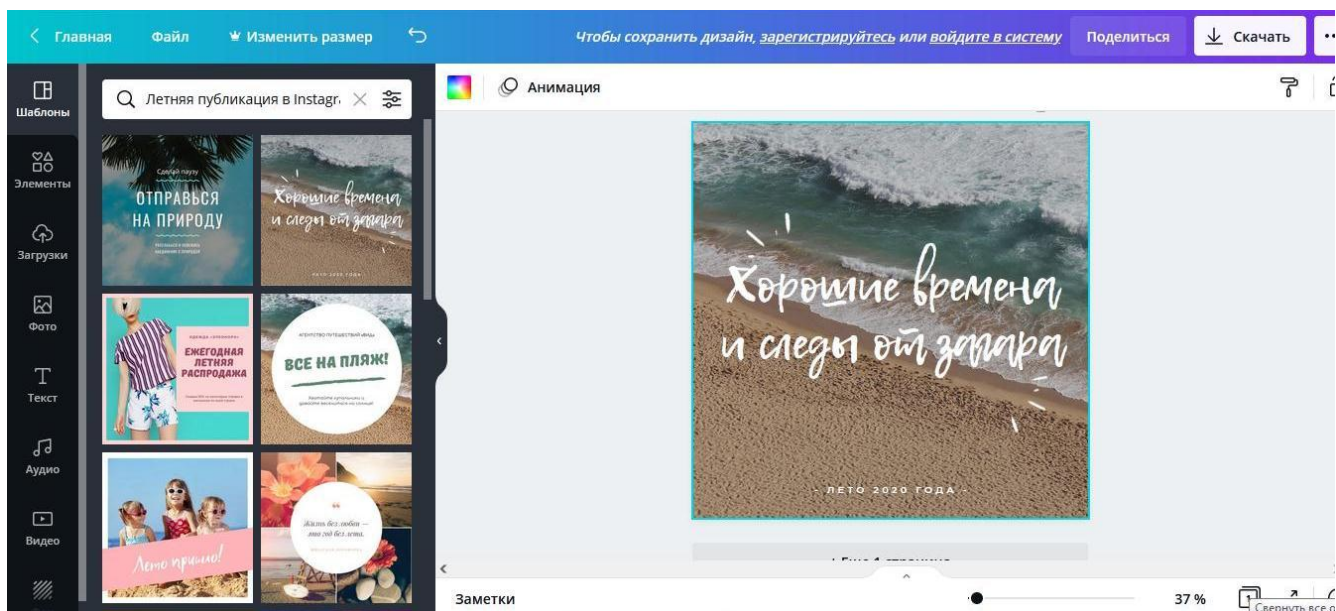
Единый стиль оформления в социальных сетях подразумевает красиво оформленный профиль из фотографий, стилистически объединенных между собой. Для этой цели могут использовать фильтры, рамки, цветовые палитры, специальные сервисы и множество других приемов.

При оформлении страниц в социальных сетях ГБУК РТ «Республиканская юношеская библиотека» использует [Сервис Canva](#) – это удобный и универсальный графический онлайн-редактор для создания креативных макетов, а также редактирования готовых дизайнерских шаблонов.

Сервис позволяет быстро и легко создавать стильные и современные иллюстрации для социальных сетей, креативные видео, презентации, stories для «Инстаграм» и другие визуальные материалы.

Подробнее о пользовании сервиса можно прочитать в статье по ссылке:

### [Как пользоваться Canva: базовые функции](#)



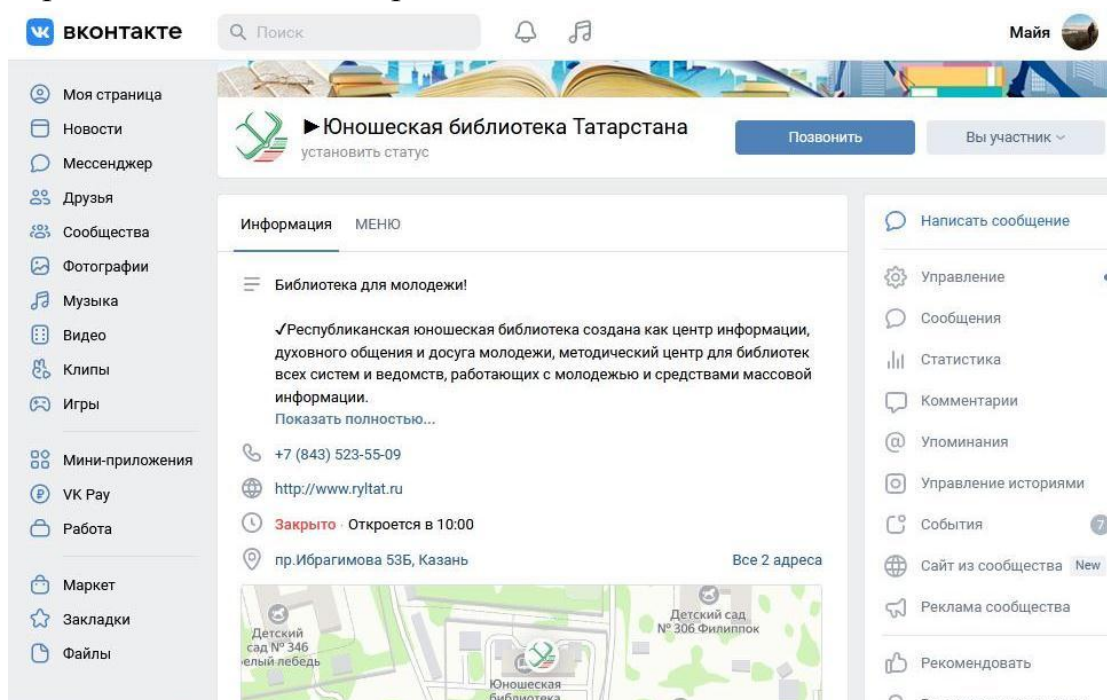
## Научимся избегать ошибок

**1. Отсутствует периодичность публикаций.** Публикация записей одной за другой в течение нескольких минут или даже часов – не правильно. Редкий постинг – тоже распространенная ошибка. Не давайте подписчикам забыть о вас. Здесь главное – грамотно разработать контент-план на месяц вперед, чтобы не перегрузить ваших подписчиков информацией, не надоест им. Информация в социальных сетях библиотеки должна размещаться ежедневно – не менее одной публикации.

**2. Неактуальный контент и грамматические ошибки.** При создании сообществ библиотеки в социальных сетях важно подбирать познавательный и читаемый контент, способный привлечь внимание аудитории. Помним о «золотой формуле контента». Небрежность и безграмотность по отношению к тексту снижает доверие к странице в целом. Проверка контента занимает время, но нужна для создания положительного впечатления у аудитории.



**3. Неудобная навигация.** Обязательно должна присутствовать информация о библиотеке с контактными данными (адресом, телефоном, графиком работы). В социальной сети «ВКонтакте» в описании профиля можно прикрепить карту с подробным описанием схемы проезда. В названии вашей страницы (аккаунта) следует исключить аббревиатуры «МБУК», «ЦБС», «МЦБ»; слишком длинные наименования, а также название не должно содержать имя библиотекаря, который является администратором страницы. Необходимо обеспечить удобную навигацию по странице: ведение рубрик и тем, грамотное описание страницы.



**4. Отсутствие фирменного стиля.** Фирменный стиль – это единый визуальный (логотип, оформление постов, меню, шапка профиля, фотоальбомы и т.д.) и информационный образ учреждения, нацеленный на повышение узнаваемости и выстраивание перспективных отношений с целевой аудиторией. Часто это пункт игнорируется, иллюстрации берутся с просторов интернет, шапки профилей не адаптируются под мобильные версии. В данном вопросе обязательно нужно доверить ваше «лицо» профессионалам, дизайнеру, который создаст фирменный стиль вашего учреждения и адаптирует его под ваши аккаунты в социальных сетях.

**5. Реагирование на вопросы и негативные комментарии.** Успех продвижения сообществ библиотеки в социальных сетях во многом зависит от того, насколько быстро пользователь получит ответ на свой вопрос/комментарий. Например, на размещенный пост в сообществе поступил вопрос от подписчика, задача библиотекаря в максимально короткие сроки отреагировать на любые обращения от пользователей. Как правило, пользователь ждет ответа «здесь и сейчас», через несколько часов ответ подписчику может быть уже неактуален. Не думайте, что подписчики будут только хвалить и восторгаться вами. Негативные отзывы и комментарии – это тоже работа. Негатив в социальных сетях нужно правильно обрабатывать. Например, поблагодарите за отзыв, так вы моментально понизите градус накала страстей и засвидетельствуете индивидуальный подход; сохраняйте спокойствие, какие бы вы чувства не испытывали к комментатору сохраняйте доброжелательность; отвечайте публично, в комментариях, а не в личных сообщениях пользователю. Часто негативные отзывы позволяют выявить слабые места, нужно использовать эту информацию для того, чтобы стать лучше.

## **Продвижение библиотеки в социальных сетях**

Рассмотрим инструменты для продвижения библиотеки в социальных сетях.

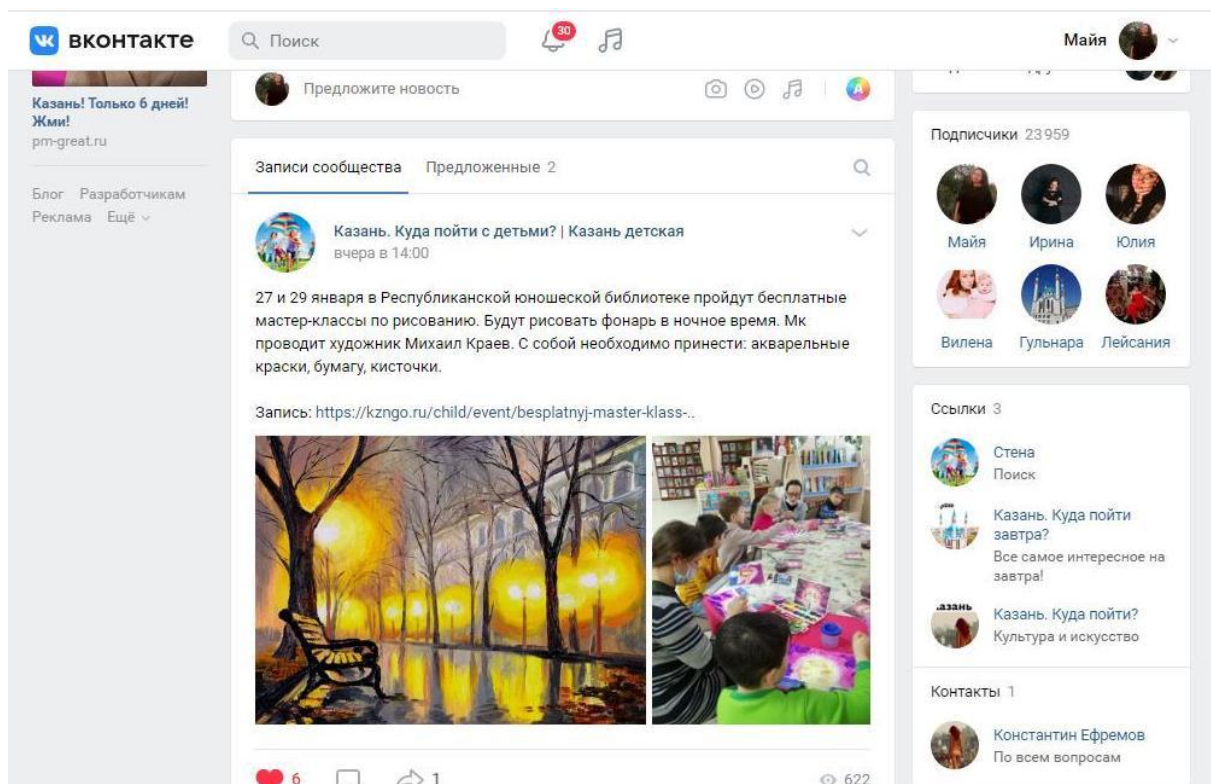
### **1. Взаимодействие с различными сообществами.**

Какие сообщества могут подойти для сотрудничества? Прежде всего – это сообщества, посвященные темам, связанным с деятельностью учреждения культуры; региональные новостные и развлекательные сообщества; сообщества учреждений культуры региона.

Что дает такое сотрудничество:

- возможность рассказывать о деятельности учреждения новой аудитории (события, новости, проекты и т. д.);

- возможность получить новых подписчиков и посетителей;
- возможность заинтересовать и привлечь лидеров мнений.



Например, ГБУК РТ «Республиканская юношеская библиотека» ведет сотрудничество с группами социальной сети «ВКонтакте» – «Казань куда пойти» (501 000 подписчиков), «Дети в Казани» (71 000 подписчиков), «Казань куда пойти с детьми» (24 000 подписчиков), «Мамы Казани» (10 000 подписчиков «ВКонтакте» и 60 000 подписчиков в «Инстаграм»). Данные сообщества имеют большие охваты и просмотры. Благодаря рекламе в сообществах библиотеку и её мероприятия посещают новые люди.

## 2. Использование хештегов.

При продвижении в социальных сетях помогает использование хештегов, особенно когда нужно создать узнаваемость вашего учреждения. Выбирая хештеги, поставьте себя на место целевой аудитории. Подумайте, какие ключевые слова используют для поиска ваши потенциальные читатели. Ваша публикация должна совпадать с ожиданиями пользователей. Избегайте использования слишком общих ключевых фраз.

### 3. Выбор наиболее удачного времени для публикаций.

График публикаций должен учитывать специфику деятельности библиотеки и целевую аудиторию. Почему время постинга имеет значение? Чтобы ваш пост не потерялся в информационном потоке, недостаточно сделать его красочным, интересным, информативным. Нужно правильно выбрать время для публикации материала. Тогда он гарантированно попадет в новостную ленту подписчиков, а вы получите больше охвата и привлечения целевой аудитории. Оптимальное время для выхода публикаций в социальных сетях «ВКонтакте», «Инстаграм», «Фейсбук» с 13.00 до 15.00 часов. После обеда многие предпочитают полистать ленту, пообщаться в комментариях. Второй пик – с 20.00 часов.

### 4. Прямые эфиры и истории повышают в охваты и интерес аудитории.

Пользователи любят живой, креативный контент. В прямом эфире можно пообщаться с подписчиками, провести интервью с приглашенным гостем, показать процесс, провести мастер-класс и мн. др.

### 5. Видеоконтент.

Людям проще посмотреть, чем прочитать – эта заметная тенденция социальных сетей. Поэтому внедрение видеоформата в контент-план пойдет только на пользу.

### 6. Опросы.

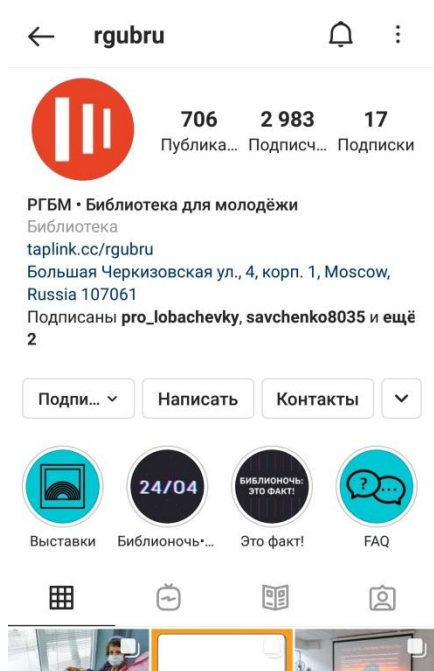
Как выстроить диалог с целевой аудиторией? Задать вопрос! Пользователи сами подскажут, что им интересно, а вы сможете использовать эту информацию для развития аккаунта.



## 7. Интерактив.

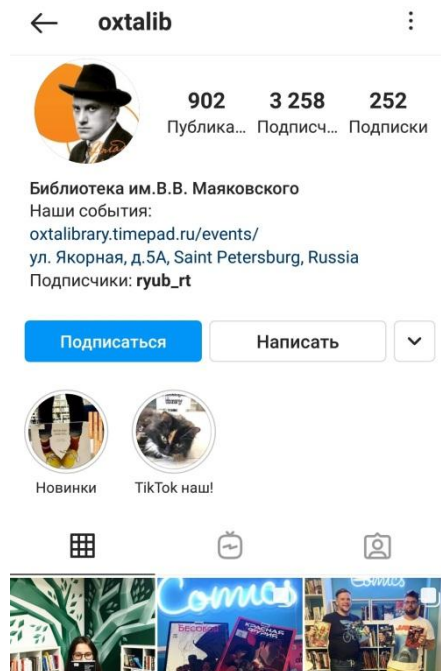
Конкурсы, марафоны, розыгрыши, челленджи, акции – все, что может вдохновить аудиторию на активность.

## Делимся идеями: топ 10 профилей библиотек, на которые стоит подписаться



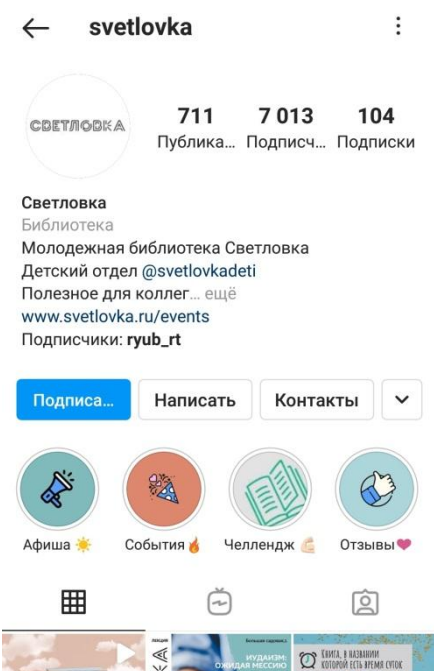
### 1. [@rgubru](#)

**Российская государственная библиотека для молодежи (г. Москва)**



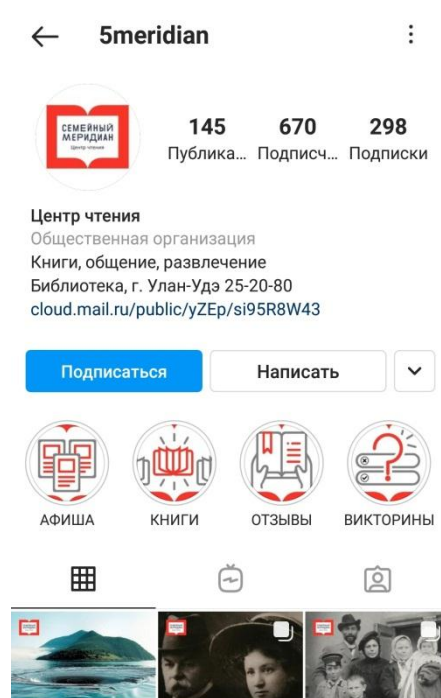
### 2. [@oxtalib](#)

**Библиотека им. В.В. Маяковского (г. Санкт-Петербург)**



### 3. [@svetlovka](#)

**«Центральная городская молодежная библиотека им. М.А. Светлова» (г. Москва)**




### 4. [@5meridian](#)

**Центр чтения «Семейный меридиан» (г. Улан-Удэ)**



← novaya\_smena89



**314** 776 402  
Публика... Подписч... Подписки

Библиотечно - информационный центр

Ломаем стереотипы о библиотеке!  
Мы - новое поколение 🙌  
[www.tiktok.com/@novaya\\_smena89](http://www.tiktok.com/@novaya_smena89)

Подписаться Написать


Детки TikTok Библионочь... Космо-тест

Вакансия! требуется переводчица  
Вы приняты

### 5. [@novaya\\_smena89](#)

**Библиотечно-информационный центр «Новая смена»  
(г. Новый Уренгой)**

← bookcity63



**2 158** 1 395 520  
Публика... Подписч... Подписки

Самарская юношеская библиотека  
Искусство  
г. Самара,  
пр. Ленина, 14  
вт.- сб.: 10.00-19.00  
вскр., пн. - выходной, ... ещё  
[www.soub.ru/](http://www.soub.ru/)  
Подписчики: ryub\_rt

Подписа... Написать Контакты

Афиша Новые книги Выставки Волонтеры В...

### 7. [@bookcity63](#)

**Самарская областная  
юношеская библиотека  
(г. Самара)**

### 8. [@vobm\\_vlg](#)

**Волгоградская областная  
библиотека для молодежи  
(г. Волгоград)**

← gogol\_lib




**801** 4 578 312  
Публика... Подписч... Подписки

Библиотека Гоголя  
Библиотека  
●КУЛЬТУРА 2.0●  
КАК ВЕРНУТЬ ЧИТАТЕЛЯ В БИБЛИОТЕКУ  
[vk.com/video-78344494\\_456239490](https://vk.com/video-78344494_456239490)  
Среднеохтинский пр., 8, Saint Petersburg, Russia  
Подписчики: gerina\_anna

Подписа... Написать Эл. адрес

Р УСЛУГИ ОТЗЫВЫ ВИД ВАШИ ФОТО

← vobm\_vlg



**2 415** 1 759 972  
Публика... Подписч... Подписки

Библиотека Волгоград  
ГКУКВО «Волгоградская областная библиотека  
для молодежи»  
вт-вс - 10:00-18:00... ещё  
[vk.com/vobm\\_vlg](https://vk.com/vobm_vlg)  
Подписчики: ryub\_rt

Подписаться Написать

Афиша Трекер чтения Плейлисты Наши услуги

← biblio\_noub



425 Публика...  
1 457 Подписч...  
1 007 Подписки

Юношеская Библиотека  
Библиотека

Почитать  
Посмотреть  
Поиграть  
Послушать... ещё  
timolod.ru/vote/169/34918/  
Krasny prospekt, 26, Novosibirsk, Russia  
Подписчики: ryub\_rt

Подписа... Написать Контакты ▾



Выставки



Книжные игр...



Важно



Интерактив...



## 9. [@biblio\\_noub](#)

Новосибирская областная  
юношеская библиотека  
(г. Новосибирск)

## 10. [@unilibrary](#)

Библиотека  
Мельбурнского  
университета

← unilibrary



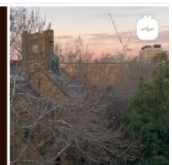
1 220 Публика...  
6 704 Подписч...  
615 Подписки

Melbourne University Library

If a picture tells a thousand words, these are our stories

Показать перевод  
www.library.unimelb.edu.au/  
Parkville, Victoria, Australia

Подписа... Написать Контакты ▾



## Список использованных источников

1. Библиотеки и социальные сети: методические рекомендации / Амурская областная научная библиотека им. Н.Н. Муравьева-Амурского; составитель Г. А. Базарная – Благовещенск, 2017. – 28 с.
2. Эффективная работа в соцсети «ВКонтакте»: методическое пособие / ГБУК РХ «Хакасская РДБ»; составитель Е.А. Тохтобина. – Абакан, 2019. – 28 с.
3. Аудитория социальных сетей в 2021 году. Актуальная статистика. – URL: [https://marketinguniversity.ru/socialnye\\_seti-2021](https://marketinguniversity.ru/socialnye_seti-2021) (дата обращения: 08.09.2021). – Текст : электронный.
4. БИБЛИОсети: работа над ошибками... – URL: [http://library-labirint-laboratoria.blogspot.com/2018/01/blog-post\\_11.html](http://library-labirint-laboratoria.blogspot.com/2018/01/blog-post_11.html) (дата обращения: 08.09.2021). – Текст : электронный.
5. Как раскрутить группу в соцсетях: рабочие способы. – URL: [https://zen.yandex.ru/media/clever\\_marketing/kak-raskrutit-gruppu-v-socsetiah-rabochie-sposoby-5ef36a941000ae4a2c0d03f4](https://zen.yandex.ru/media/clever_marketing/kak-raskrutit-gruppu-v-socsetiah-rabochie-sposoby-5ef36a941000ae4a2c0d03f4) (дата обращения: 08.09.2021). – Текст : электронный.
6. Обзор интересных Instagram профилей библиотеки. – URL: [http://koroleva.blogs.donlib.ru/onlajn-meroprijatija/obzor-interesnyh-instagram-profilej-biblioteki.html?doing\\_wp\\_cron=1625567710.5359580516815185546875](http://koroleva.blogs.donlib.ru/onlajn-meroprijatija/obzor-interesnyh-instagram-profilej-biblioteki.html?doing_wp_cron=1625567710.5359580516815185546875) (дата обращения: 08.09.2021). – Текст : электронный.