

## Создание и развитие телеграм-канала\*

### Основные вопросы:

- особенности коммуникации в Телеграме;
- форматы площадок в телеграме;
- основные функции, примеры.

### Особенности коммуникации в Телеграме

Телеграм создавался как мессенджер. Это определяет пользовательские привычки, которые мы здесь наблюдаем: общение в чатах между двумя и более людьми. Кто-то использует Телеграм для рабочих переписок, кто-то для личных, кто-то использует его для сохранения полезных ссылок, создавая каналы и чаты с самим собой. За последнее время в Телеграм пришли миллионы новых пользователей, которые привнесли с собой определенные привычки и темы, интересы, которые раньше были на других площадках. Это повлияло на количество контента и на то, как люди обновляют или выстраивают заново стратегии коммуникации на этой платформе.

В Телеграме пока нет привычной ленты новостей (как во Вконтакте, например). Есть вертикальный список чатов, папок, в которых пользователь видит уведомления — количество непрочитанных сообщений. Во Вконтакте все посты проходят проверку, алгоритм влияет на последовательность появления публикаций в ленте пользователя. В Телеграме пока все сообщения появляются в хронологическом порядке. Есть слухи о том, что в скором времени в Телеграме может появиться алгоритмическая лента.

Пока особенность коммуникации в Телеграме — осознанное потребление. Во Вконтакте пользователи видят то, что предлагает алгоритм. В Телеграме мы сами решаем, что и когда будем смотреть. Есть инструменты для распределения контента по папкам. Для этого нужно время: продумать алгоритм получения информации, распределить каналы, на которые вы подписаны, по этим папкам, выработать тактику чтения. Иногда большое количество сообщений создает ощущение, что от нас ускользает важная информация. Это может вести к стрессу. Иногда пользователь заходит в канал с непрочитанными сообщениями, сразу пролистывает их до конца, чтобы исчезли уведомления.

Телеграм набирает популярность. Стандартный вид платформы: список папок, которые можно настроить, последние сообщения в каждом канале и чате. Пока можно закрепить до пяти каналов и чатов, чтобы они размещались вверху списка.

---

\* Лекция ориентирована на начинающих пользователей Телеграма и содержит базовую информацию о работе с мессенджером.

Важно, что пользователь сам выбирает, когда и что ему читать. В Телеграме много узкопрофильных каналов. Это, наверное, одно из преимуществ платформы с точки зрения стратегии – здесь много интересующихся людей, которые делают выбор в пользу определенной личности или темы. На каждый канал или чат можно настроить уведомления: получать новые сообщения или видеть только количество непрочитанных постов.

Если смотреть на платформу с позиции авторов, то очевидно, что конкуренция сейчас в Телеграме огромная. Алгоритма, который помогал бы продвигаться органически, пока нет. Поэтому возможностей для продвижения немного. Это реклама, платное размещение в существующих каналах, когда вы напрямую договариваетесь с конкретным автором, или распространение информации о Телеграм-канале через уже существующие каналы коммуникации вашего учреждения. Есть варианты взаимного пиара, бесплатных публикаций. Работа в телеграме — это не только работа с контентом, но и распространение информации о вашем канале.

## Форматы площадок в Телеграме

Чат, который в Телеграме называется группой. Не путайте группу во Вконтакте и группу в Телеграме. Группа в Телеграме – это чат, в котором все общаются со всеми. Можно создать чат без привязки к каналу. Такой вариант подходит для лектория или для продолжительных по времени программ, если вы хотите объединить людей и дать им возможность общаться друг с другом. В каждом чате нужны модераторы и правила.

Канал учреждения или отдела, авторский канал сотрудника. Коммуникация здесь от имени учреждения. Можно настроить глубину обратной связи: реакции, которые можно выбрать, комментарии. Тогда у канала появится чат, подписчики смогут комментировать посты.

Чат-бот. Визуально похож на канал, но при этом все действия и сценарии в нем запрограммированы. Есть конструктор, например, пазл-бот, в котором такой чат-бот можно собрать. Чат-бот можно создать под специальный проект, квест или как часть образовательной программы, онлайн-курс. Чат-бот также может быть полноценным каналом коммуникации, общение в котором запрограммировано.

## Создание стикеров

Соотнесение эмодзи с изображениями, фотографиями, рисунками, фразами, которые отражают специфику вашего учреждения. Подойдет для тех учреждений, у которых есть визуальный ряд, соответствующий разным эмоциям. Можно использовать эмодзи как часть коммуникации.

## Где посмотреть на музейные телеграм-каналы?

Карту музейных Телеграм-каналов создал Павел Шилов, сотрудник музея-заповедника Киж. На ней можно посмотреть, какие музеи и как представлены в Телеграме. Ссылка:

[http://umap.openstreetmap.fr/en/map/telegram-v2\\_472904#5/56.777/52.471](http://umap.openstreetmap.fr/en/map/telegram-v2_472904#5/56.777/52.471)

В Телеграм-посты можно добавлять фотографии и видео. Есть довольно широкий инструментарий для оформления текстов. Например, выделение текста, разбивка на абзацы, использование эмодзи.

## Основные функции Телеграма

Для создания канала понадобится номер телефона. Важно подумать о безопасности и решить, на чей номер будет создан канал: сотрудника, руководителя или на корпоративный номер. В Телеграме можно назначить несколько администраторов, но владелец у канала обычно один. Если канал уже есть, важно убедиться в том, что помимо владельца есть еще кто-то в администраторах на случай, если канал попытаются украсть.

## Название, именная ссылка, описание

В описании важно подчеркнуть не только, что за учреждение, но и сказать что-то самое важное, дать контакты для связи с администратором.

## Создание контента

Форматов в Телеграме сегодня достаточно много:

- Стандартный текст;
- Текст, дополненный фотографией, видео, файлами или несколькими файлами;
- Опрос или викторина;
- Прямой эфир;
- Аудиосообщения;
- Видеосообщения.

Аудио- и видеосообщения пока не часто используются учреждениями культуры. Можно рассматривать такой формат, как технически простой, и использовать для ответов на вопросы, добавлять короткие видео.

## Тексты в Телеграме

Можно использовать разные элементы форматирования. Например, выделить часть текста жирным, курсивом, скрыть текст, зачеркнуть текст.

## Про хештеги

Хештеги в Телеграме работают, но только внутри канала. Важно оставить только те, которые помогают человеку сориентироваться. Например, если у вас есть рубрика или вы ведете учет публикаций, хештеги помогут найти все публикации по теме. Использование множества разных хештегов в посте, как, например, во Вконтакте, в Телеграме не работает.

Дополнительные полезные функции: отложенные публикации, возможность включить комментарии, отправка сообщений без звука, базовая статистика, реакции.

## Подходы к контенту

Есть профессиональные каналы — тематические, узкопрофильные. Есть каналы с подборками, карточками, ситуативными эмоциональными постами о погоде с фотографиями из музея, например.

Телеграм активно используется для профессионального общения. Есть каналы и чаты для сопровождения профессиональных мероприятий, грантовых конкурсов. Коллеги делятся заметками, конспектами, файлами.

## Чат с ответами на вопросы

Например, в библиотеке Василеостровского района в Петербурге к юбилею Петра Первого сделали чат [https://t.me/botik\\_petra](https://t.me/botik_petra), в котором можно задать вопрос императору. Отвечает сотрудник музея от имени Петра в стилистике начала XVIII века. Это не чат-бот, где коммуникация автоматизирована, а обычный чат.

## Угадайка

Вопросы «любите – не любите», на понимание и знание. Например, в Военно-медицинском музее коллеги опубликовали несколько плакатов <https://t.me/dohturskieskazki/369>, оставив только сами изображения без подписи, и предложили читателям угадать, о каких предостережениях идет речь на этих плакатах. Обсуждение не через опросы, а через комментарии к публикации.

## Чат-бот – Автоматизированная коммуникация.

Например, проект Московского зоопарка, посвященный пеликану. Огромная работа с точки зрения программирования всех ходов и сценариев, а также подготовки контента. Для автоматизированной коммуникации важно сначала разработать сценарий, подготовить контент – фотографии, тексты, видео.

Развитие Телеграм-каналов органически будет идти очень медленно, поэтому важно закладывать ресурсы на привлечение аудитории через поиск релевантных по тематике каналов, через взаимодействие с администраторами, придумывание совместных акций, выделение бюджета. Совсем без денег будет сложно.

Вопросы и комментарии по этой лекции вы можете отправить на почту [anna@ideasformuseums.com](mailto:anna@ideasformuseums.com) с темой «**Создание и развитие Телеграм-канала**».