

Тексты для социальных сетей

*Оптимальный текст – тот, который
позволяет раскрыть мысль*

Баранова Мария Вячеславовна
главный специалист
Информационного центра
ГАУ ДПО ЯО ИРО
(4852)23-09-57
baranova@iro.yar.ru

Содержательные вопросы

1. Виды контента в социальных сетях и их использование библиотекой. Жанры
2. Структура медиатекста в социальной сети
3. Правила оформления медиатекста в социальной сети
4. Художественно-выразительные средства, методы проработки поста



Общение

Общение – это естественная человеческая потребность, присутствующая на каждом этапе развития цивилизации. вспомните, каким было общение до появления интернета? Люди знакомились на улице, ходили друг к другу в гости, ходили в кино, в оперу, встречались на танцплощадках и т.д.

Общение –
*непосредственный
личный контакт*



Общение в Internet

Если остановиться и на минуту задуматься, сколько же на самом деле сегодня средств и способов общения, то придется признать, что существует их довольно много и, самое главное, немалая часть из них так или иначе связана с современными техническими возможностями и, в частности, Internet.

Социальная сеть

(от англ. social networking service)– платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений.



Преимущества социальных сетей

1. Общение без границ
2. Форма досуга
3. Высокий уровень доверия – выше, чем к официальным источникам информации.
4. Быстрые коммуникации, возможность получить информацию «из первых рук» и получить ответы на любые вопросы (полезная информация).
5. Возможность использовать любые формы коммуникаций (текст, видео, аудио, фото).
6. Всестороннее развитие

Минусы социальных сетей

1. Открытый доступ к личной информации пользователя
2. Не всегда достоверная информация.
Открытый доступ к негативной информации.
3. Вред здоровью (зрение, осанка, гиподинамия, зависимость).
4. Трата времени.
5. Финансовые затраты.

Роль социальных сетей в деятельности библиотеки

- возможность заявить о себе огромнейшей аудитории
- социальные сети разрушают грани – это их главное достоинство, группа в социальной сети – это прямое общение с читателями, - станьте ближе и общайтесь с ними и, возможно, они станут вашими друзьями и партнерами
- Вы можете оперативно узнать мнение пользователей по поводу проходящей акции или изменения режима работы, выяснить их пожелания и предпочтения
- группа дает прекрасную возможность мгновенно сообщить большой аудитории о новых изданиях, конкурсах или мероприятиях и распространить эту информацию дальше
- группа даёт возможность продвигать свою библиотеку и её услуги

сайт + блоги + аккаунты в социальных сетях

условие популярности – наполнение сайта библиотеки, блога и страницы в социальных сетях *увлекательным контентом, содержащим исследовательские статьи, ссылки на другие ресурсы, викторины, конкурсы, видео- и фотоматериалы.* Подписчик получит полезную, интересную, достоверную информацию, включится в диалоги с библиотекарями, постоянными пользователями и случайными посетителями, оставляя комментарии к постам, высказывая свои суждения по различным вопросам.

Темы вне обсуждения:

- политика,
- религия,
- национальные разногласия

Сайт

Материалы любого размера (от короткого анонса до аналитической статьи вплоть до полнотекстовых произведений) Но! – изолированность от аудитории

Блог

Время внимания читателя, на которое мы рассчитываем, - 1 минута (дольше не будут читать) Здесь – возможность найти единомышленников, тематические группы...

Социальная сеть

Время внимания читателя, на которое мы рассчитываем, - 2,5 секунды. Это – не ещё одно место, куда мы «вываливаем» *готовые тексты*.

Типы сообществ в соцсетях

Группа

Позволяет активно взаимодействовать с людьми, которые могут принимать участие в создании контента и обсуждении. Может быть открытой (пользователь, не вступая, имеет доступ к содержанию группы) и закрытой (нужен запрос на вступление, одобренный модератором).

Страница

По сравнению с группами обладают меньшим количеством функций, например, отсутствует раздел "Новости"; нет возможностей сделать страницу закрытой или удалить участников.

Мероприятие

Организатором может быть конкретный человек или сообщество. Создавая мероприятие от имени сообщества, можно приглашать всех его участников (лояльная аудитория). Можно изменить организатора на другое сообщество и использовать ресурсы другой группы, в которой вы или ваши партнеры являются администраторами.

Виды контента в социальных сетях



Подвиды контента в социальных сетях

Обучающий

- ✓ обучающие статьи, видео
- ✓ инфографика
- ✓ инструкции
- ✓ кейсы
- ✓ книги
- ✓ развенчание мифов
- ✓ обзоры товаров (услуг)

Коммуникативный

- ✓ опросы
- ✓ обсуждения
- ✓ посты-реакции на горячие инфоповоды
- ✓ советы
- ✓ чаты
- ✓ откровенные провокационные материалы

Новостной

- ✓ новости организации
- ✓ отчеты с мероприятий

Продающий

- ✓ описание услуг
- ✓ акции
- ✓ скидки
- ✓ аукцион
- ✓ афиша

Развлекательный

- ✓ юмор
- ✓ цитаты
- ✓ мемы
- ✓ истории, рассказы, стихи
- ✓ загадки (головоломки)
- ✓ развлекательные подборки

Пользовательский

- ✓ отзывы подписчиков
- ✓ фото подписчиков с товаром
- ✓ результаты подписчиков
- ✓ вопросы подписчиков
- ✓ фотоальбом с контентом подписчиков

Подвиды контента в деятельности библиотек

Обучающий

- ✓ обучающие, просветительские статьи, видео
- ✓ обзоры книг, ресурсов, услуг

Коммуникативный

- ✓ опросы
- ✓ обсуждения

Новостной

- ✓ новости организации
- ✓ отчеты с мероприятий

Продающий

- ✓ описание услуг
- ✓ афиша

Развлекательный

- ✓ цитаты
- ✓ стихотворения и отрывки прозы
- ✓ развлекательные подборки

Пользовательский

- ✓ отзывы подписчиков
- ✓ вопросы подписчиков

Жанры медиатекстов в соцсетях

- **НОВОСТНЫЕ ТЕКСТЫ, АНОНСЫ, ОТЧЁТЫ, ДНЕВНИК**
- ✓ **пресс-релиз**
- ✓ **информационное письмо**
- ✓ **приглашение**
- ✓ **бэкграундер (информация об организации, её профиле, услугах, истории создания, развития...)**

Жанры медиатекстов в соцсетях

- КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕКСТЫ
 - ✓ ЛИСТ ВОПРОСОВ-ОТВЕТОВ

- обучающие (~ развлекательные)
 - ✓ ВИКТОРИНЫ
 - ✓ КВЕСТЫ
- ...

Жанры медиатекстов в соцсетях

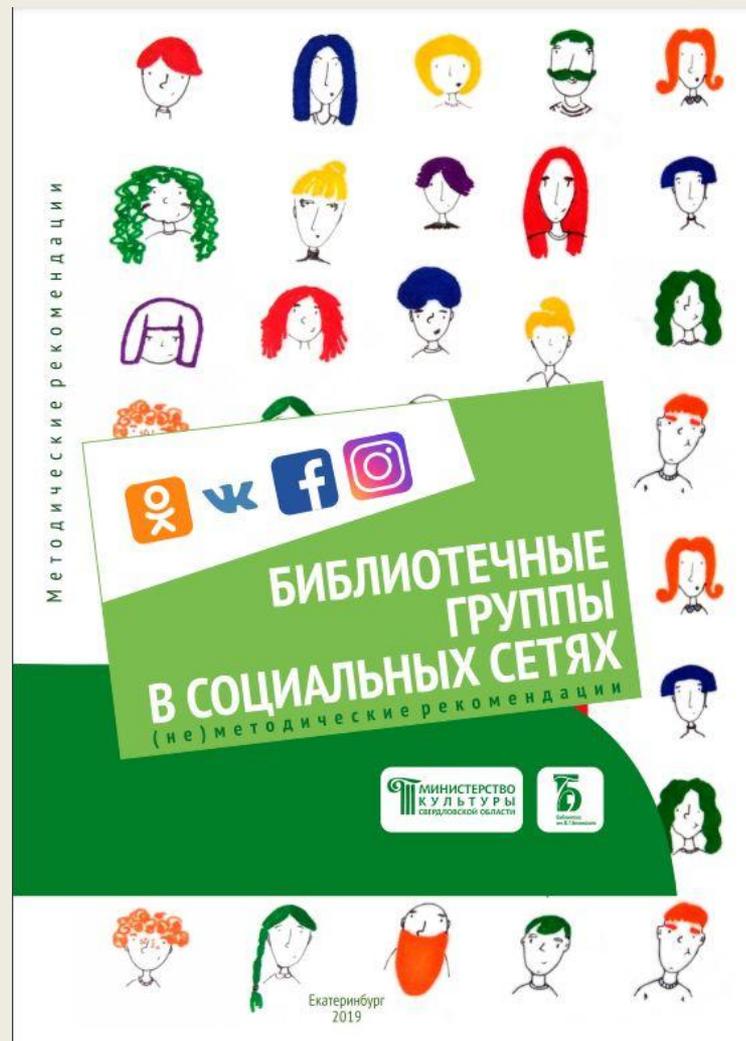
- просветительские тексты
 - ✓ биография
 - ✓ обзоры
 - ...
- образно-новостные тексты
 - ✓ байлайнер (небольшая авторская статья-обращение, в которой выражается позиция относительно какого-либо важного события)
 - ✓ поздравление

Методические рекомендации

- рекомендации по созданию и ведению библиотечных групп в социальных сетях
- краткая характеристика ресурсов, наиболее подходящих для создания групп
- инструментарий для эффективной деятельности библиотек в социальных медиа
- приложения: терминологический словарь, памятка сотруднику, начинающему работать в социальных сетях, чек-лист, примерное положение об организации представительства библиотеки в социальных сетях, список литературы

методика работы может быть адаптирована под конкретные условия библиотеки

<http://book.uraic.ru/files/metod/2020/soc-seti.pdf>



Как писать интересно

вебинар Елены Соковениной «Как писать интересно» (на портале «ВикиСибиряда» – [http://wiki-sibiriada.ru/Вебинар Как писать интересно](http://wiki-sibiriada.ru/Вебинар_Как_писать_интересно))

Вопросы вебинара:

- Какие виды Интернет-площадок существуют, общее и особенное
- Стили и жанры сообщений
- Существуют ли определенные правила для написания интересных текстов?

PRO КУЛЬТУРА.РФ

Личный кабинет учреждения культуры на портале
«Культура.РФ» (АИС ЕИПСК)

PRO.Культура.РФ 9 февраля в 11.00 приглашала на вебинар «Написание текстов для социальных сетей»:

Ведущая — Анна Михайлова, PhD, директор АНО «Идеи для музеев», аналитик управления музейно-туристского развития в ГАУК МОСГОРТУР.

Анна проанализировала типы текстов, структуру и содержание, привела примеры текстов разных учреждений:

https://vk.com/cibo_window?w=wall-76678816_2859

Презентация:

https://vk.com/doc412544341_588768359?hash=36203faedfbaecf17&dl=5f64007cc64c1ff15d

Структура медиатекста в соцсети

Какую задачу решает текст?

- Для кого и зачем мы пишем текст?
- Какие материалы потребуются для подготовки?
- Как проиллюстрировать текст (и нужно ли)?

Чёткая организация информации

Кто? (Что?)

Что сделал?

Почему он важен?

Структура медиатекста в соцсети

Пользовательский сценарий

Мы хотим, чтобы, прочитав текст, пользователь...

- Сделал...
- Почувствовал...
- Задумался...

Один текст – один вопрос/действий/задача

Подумать о задаче текста и о том, кто будет его читать. Что мы хотим, чтобы сделал этот конкретный читатель (каждый читатель – один на один с постом, хотя мы пишем для широкой аудитории)

Структура медиатекста в соцсети

Структура текста: основные элементы

- Заголовок, привлекающий внимание
- Краткий комментарий к заголовку
- Основное содержание
- Призыв к действию

Превью – суть, миниатюра текста для предварительного просмотра (~ аннотация статьи)

Оформление медиатекста в соцсети

Требования к тексту:

- ✓ адаптация текста под *аудиторию*
- ✓ дробление текста (абзацы)
- ✓ использование хэштегов (навигация)
- ✓ использование эмодзи
- ✓ геолокация (для инстаграмма)

Требования к фото:

- ✓ качественные фотографии
- ✓ обработка фото, если это необходимо
- ✓ если из Интернета, авторские – указать источник

С какого носителя читают Ваши посты подписчики?
(смартфон/ПК)

Оформление медиатекста в соцсети

Определите постоянные рубрики

Ведение рубрик – для удобства – использование *хештегов* (англ. *hashtag* от *hash* - знак «решётка» «#» + *tag* – метка) – ключевое слово или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию и начинающийся со знака решётки

- виртуальные книжные выставки (со ссылками на ресурс размещения),
- обзоры,
- списки книг с аннотациями (по темам, по возрастам, если это детско-подростковая литература)

Решение несколько задач:

- популяризация услуг и сервисов,
- демонстрация фонда (рассказ о книгах, которые есть в фондах библиотеки)
- привлечение новых читателей.

Оформление

Пост не должен быть длинным

Текст + картинка (фотография)

Чёткая структура информации

Простой язык (не примитивный!!! –
понятный, чёткий – доступный)

Приглашайте и общайтесь как с хорошим
знакомым с позиции «вы» – «мы» (вместе)

31 июля - день системного администратора. Поздравляем!

Задание на день

Вспомните, в каком возрасте у вас появился первый компьютер, легко ли вам далось обучение компьютерным технологиям.

День системного администратора – профессиональный праздник работников, которые имеют отношение к системному администрированию, управлению базами данных. Торжество также считают своим студенты, выпускники и преподаватели профильных учебных заведений. В России в 2020 году День системного администратора проходит в последнюю пятницу июля и приходится на 31 июля. Праздник не имеет официального статуса, признанного на официальном уровне.

Основоположником чествований стал американский специалист Тед Кекатос. Впервые мероприятие прошло на окраине города Чикаго в 2000 году. Ему предшествовала скромная рекламная кампания в виде сайта, посвящённого популяризации события. Под открытым небом была проведена вечеринка. В ней приняли участие работники компании, разрабатывающей программы. С тех пор праздник стал обретать широкую известность во многих странах мира. Россия не стала исключением.

Интересные факты

- До 2000 года системные администраторы в основном были самоучками. На сегодняшний день этой профессии обучаются в учебных заведениях или на специальных курсах.
- Согласно проведенным исследованиям среди системных администраторов лишь 13% женщины. Половина системных администраторов имеет возраст от 25 до 35 лет. И лишь 1% составляют люди, возраст которых ниже 20 лет или старше 55 лет.
- Самая большая в мире компьютерная сеть состоит из 6 тысяч компьютеров. Она обслуживает адронный коллайдер.
- Согласно опросам, около 70% компаний не могут найти в свой штат достаточное количество системных администраторов.



Оформление

- призыв к действию «теряется»
- сложно «скользнуть» взглядом по тексту, так как нет деления на абзацы (не хватает «воздуха»)
- можно было дополнить эмодзи
- ? – каким образом такие посты будут использоваться в дальнейшем (постоянная рубрика)

#петергоф_инструкция

Обязательная программа в музее-заповеднике.

Советы для тех, кто впервые собирается приехать к нам.

⚡ Куда пойти в первую очередь?

Мы советуем Нижний парк, это парк с фонтанами. Одно из самых знаменитых и популярных мест в России. И если вы будете рассказывать друзьям о том, что были в Петергофе, они обязательно поинтересуются, какой фонтан вам больше запомнился.

В этом сезоне, к сожалению, не работают музеи Нижнего парка и Большой петергофский дворец — они тоже входят в «обязательную программу».

⚡ Как доехать до Нижнего парка?

Есть три способа.

— метеоре из центра Санкт-Петербурга. Только если вы покупаете билет на метеор туда и обратно, будьте внимательны: если вы выйдете из парка, вам нужно будет ещё раз покупать билет на вход в парк.

— электричка от Балтийского вокзала (ст.м. Балтийская) до станции Новый Петергоф. Далее от вокзала до парка вам нужно будет пройти пешком 30 минут или за 10 минут доехать на автобусе.

— маршрутка от ст.м. Автово, Ленинский проспект или Проспект Ветеранов.

Мы советуем ехать от Ленского проспекта или Проспекта Ветеранов, так как там меньше желающих доехать до нас, и вы скорее всего не будете стоять в очереди.

⚡ Где купить билеты в парк?

Мы советуем купить их онлайн на нашем сайте

https://peterhofmuseum.ru/objects/peterhof/nizhniy_pa..

Также билеты можно купить в дежурных кассах у входа в парк.

⚡ Есть ли еда в парке?

Да, есть еда на перекус. Ресторанов на территории парка в этом сезоне нет.

⚡ Дополнительные услуги какие-нибудь есть?

— Индивидуальные экскурсии для группы до 5 человек, стоит 3000 рублей tickets.peterhofmuseum.ru

— Экскурсия по Нижнему парку на электрокарах

Начало экскурсий на электрокаре возле каскада «Шахматная гора» и у «Песочного пруда»

— Экскурсия в парк «Александрия» на экскурсионном паровозике. Очень советуем: вы можете бегло оглядеть сразу два парка.

Оформление

- хештег = рубрика
- ! значение заголовка
- метод «списка» (за счёт деления на абзацы + ЭМОДЗИ «МОЛНИИ»)
- чёткость, конкретность, краткость

Стиль

Повелительное наклонение, активный залог (прямой императив):

«читайте – смотрите – знакомьтесь»

Импровизация (пишем легко, без напряжения): да – неожиданным поворотам и разнообразным статьям!

НО! – середина между смелостью и расчётом

НО! – в уме держим примерный план публикаций ~ журналисты (рубрики постов)

Стиль

Избегаем клишированности
(формальный характер сообщений не работает)

Интонация

В рамках выставки «История нашего города» **состоится цикл лекций**, на которых **слушатели познакомятся** с историей города.

Приглашаем вас на лекции, посвященные истории города. Лекции приурочены к выставке, которая открылась 16 марта. На лекциях **вы узнаете...**

Стиль

Избегаем сленга!!!

Включаем эмоциональный момент
(почему это интересует ВАС)

Чем больше Вы рассказываете «О СЕБЕ» (о библиотеке, о сотрудниках, о личном опыте), чем меньше формальный характер Ваших постов, тем ближе Вы к аудитории –
рационально-эмоциональный контакт с аудиторией

Вы сильно удивитесь, если узнаете, что у нас в коллекции есть ЗЕМЛЯ?

А вода?

В наших фондах обнаружилась самая настоящая земля – привезенная из 12 городов-героев, 1 крепости-героя и деревни Хатынь. Когда музей готовился к открытию в начале 80-х годов, в местные музеи отправили запросы, и нам ее прислали. Так она попала в коллекцию.

На фотографии: земля из Брестской крепости: «взята на месте ожесточенных боев и бессмертных подвигов, совершенных защитниками крепости в июне-июле 1941 года». Текст из паспорта на землю.

А еще есть морская вода, взятая у побережья Малой земли.

Покажем их на выставке «Этот день мы приближали...»



Оформление Стиль

✓ *Заголовок,
привлекающий
внимание*

*(интрига
вопросительная форма
Caps Lock)*

✓ *Основное
содержание (кратко,
чётко)*

деление на абзацы

*«покажем» – активный
заявление, глагол*

*что (кто) – кому
– для чего (зачем)*

Из фондов Сосновоборского художественного музея современного искусства
Автор: Ветрогонский В.А. "Осенью" 1975г., бумага, литография, 630x490; мм
<https://goskatalog.ru/portal/#/museums?id=984>

Владимир Александрович Ветрогонский (25 ноября 1923—18 февраля 2002) — советский и российский художник, профессор Института имени Репина, Народный художник РСФСР (1982), действительный член Академии художеств СССР (1988), член Союза художников России.

Владимир Ветрогонский родился в Петрограде в 1923 году, но детство провёл на хуторе вблизи деревни Пухтаево Вологодской области на родине отца.

В 1939 году в пятнадцать лет уехал в Ленинград, где поступил в третий специальный класс средней художественной школы при Всесоюзной Академии художеств. Его педагогами были В. А. Горб и Л. Ф. Овсянников. В годы Великой Отечественной войны по окончании школы ушёл добровольцем на фронт и служил в стрелковом полку в составе аварийно-восстановительного батальона]. Прошёл боевой путь от Волхова до Эльбы. За боевые заслуги награждён орденами и медалями.

С 1946 по 1951 год учился на графическом факультете Института живописи, скульптуры и архитектуры имени И. Е. Репина в мастерской профессора А. Ф. Пахомова. После окончания института поступил в аспирантуру. Начал преподавательскую деятельность.

В 1952 году стал членом Союза художников СССР. С 1973 года — декан графического факультета в Институте имени И. Е. Репина. В 1969 году принят в Союз журналистов СССР. Воспоминания Владимира Ветрогонского о радиожурналисте Матвее Фролове вошли в книгу «Вольный сын эфира», изданную Санкт-Петербургским Союзом журналистов.

Во время поездок по миру Владимир Ветрогонский постоянно рисовал. Он создал множество рисунков, акварелей, литографий, которые посвятил укладу жизни людей, архитектуре и природе разных стран. Работы «На улицах Дакки», «Бенгальские юноши», «Рим», «Бенгалия» «Венеция», «Сиена», «Райпур», «Бангладеш» стали успешным итогом этих поездок.

#сосновоборскийхудожественныймузей
#музеионлайн #музеидома #вмузеиЛОиздома
#музеиленобласти #музеиленинградскойобласти #музейноеагентство
#ленинградскаяобласть #музейноеагентстволенинградскойобласти



Стиль

Сторителлинг

(англ.

«рассказывание историй»)

- передача информации через историю (притча, сказка, анекдот...) для захвата внимания читателя, для нужного эмоционального отклика

Методы проработки текста

- I. Говорите «своим глосом» (это я) – что Вы думаете и чувствуете на самом деле – как с самим собой или лучшим другом, которого уважаете
- II. Метод «торопливости» – когда Вы торопитесь, «отпадает» всё лишнее, язык становится проще, фразы короче
- III. Читаем текст вслух (лучший способ проверить текст)
- IV. «Вижу цель – уверен в себе» (не бояться, сосредоточиться и импровизировать)

Правила деятельности библиотеки в социальных сетях

Будьте всегда на связи с читателями и развивайте каналы связи с читателями через социальные сети

- ❖ посты и работа в соцсети должны быть *постоянными и систематическими*
- ❖ постарайтесь оптимально организовать работу (порядок создания «редакционного плана» и контента для наполнения площадок в социальных медиа, распределение обязанностей)
- ❖ контент в социальных медиа – это повод для беседы (тексты должны подразумевать дискуссию)
- ❖ пишите ясно и просто
- ❖ подберите информацию для наполнения страницы на 2-3 недели вперёд
- ❖ *обращать внимание на время выставления постов*
желательно не размещать посты ранее **8:30-9:00** и не позднее **19:00-20:00**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

**Баранова Мария
Вячеславовна**
главный специалист
Информационного центра
ГАУ ДПО ЯО ИРО
(4852)23-09-57
baranova@iro.yar.ru