



«Централизованная библиотечная система»
Канавинского района г. Нижнего Новгорода

Центральная районная детская
библиотека им. А. Пешкова



ШКОЛА НАЧИНАЮЩЕГО
ДЕТСКОГО БИБЛИОТЕКАРЯ

УРОК 13

Азбука копирайтинга: как писать интересные посты в соцсетях.

Основные особенности публикаций в соцсетях



Высокая конкуренция

Посты в новостной ленте идут сплошным потоком. Мы пролистываем ленту и останавливаемся только на том, что нас заинтересовало. Выделиться в этом потоке сложно.

Лента новостей — это не Яндекс или Google. В соцсетях не читатель ищет информацию, а информация — читателя.

Отсутствие официоза

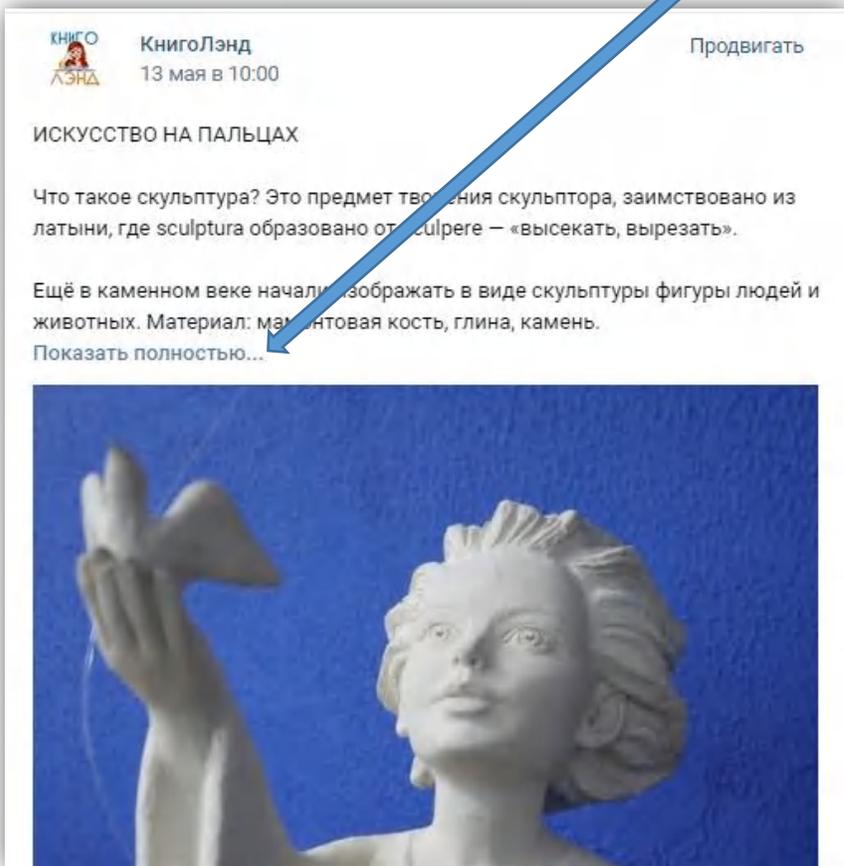
Соцсеть — место, где люди отдыхают, разговаривают, смотрят смешные картинки и обсуждают что-то интересное.

Умная лента

Все посты проходят через ценз умной ленты. Она нужна, чтобы отфильтровать полезный и интересный для пользователя контент. Чем больше лайков, комментариев и репостов наберет публикация в первый час, тем выше она окажется в ленте друзей и подписчиков.

Короткие посты Читают чаще длинных

В объемных публикациях большая часть текста скрыта под катом.



Это не значит, что
большие посты не
нужны.

Главное — польза для
читателя.

Если мы пишем
заметки на 5000+
знаков, которые
попадают в боли
аудитории, здорово
написаны, полезны и
интересны, читатели
обязательно найдутся.



Соцсети – место взаимодействия «человек – человек»



**Пишем легким, простым,
разговорным языком.**

Это идеальный стиль для соцсетей: люди здесь общаются, они не хотят читать официальные обращения от компаний.

Пишем от первого лица. Вместо «компания», «администрация», «руководство» — «я», «мы», «наш».

Обратная СВЯЗЬ



Комментарии, лайки, репосты.

Чем их больше, тем выше оценивают пост алгоритмы умной ленты.

Не стесняйтесь просить об этом аудиторию.

Призыв к действию: сделать репост или поставить лайк. Это может быть банальная фраза: «если было полезно — ставь лайк!»

Призыв к обсуждению: поделитесь своим мнением в комментариях.

КНИГО
ЛЭНД
11 мая в 7:30

Продвигать

АНГЛИЙСКИЙ ПО ФРАЗАМ

Способы поддержать разговор и отреагировать на сказанное, но не использовать при этом слово "Really?"

- ✓ What's the matter? В чем дело?
- ✓ What's the trouble? В чем проблема?
- ✓ Don't take it to heart. Не принимайте близко к сердцу.
- ✓ Let us hope for the best. Будем надеяться на лучшее.
- ✓ What do you mean? Что вы имеете в виду?

Вам не всегда удастся сделать самостоятельно урок по английскому языку? В библиотеке вас ждет СКОРАЯ ШКОЛЬНАЯ ПОМОЩЬ. Звоните - расскажем, как записаться на занятия:)))

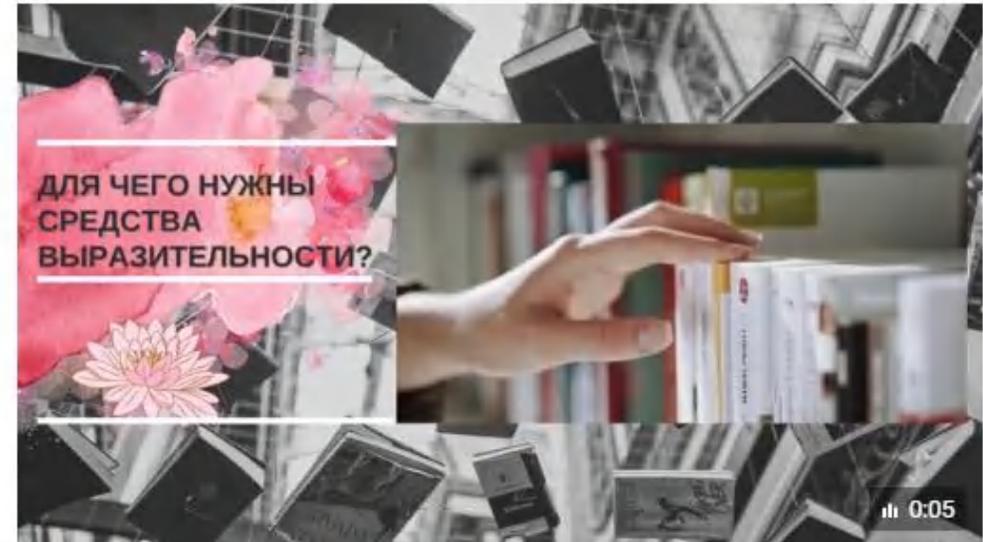
Если пост был полезен, не забудьте поставить ❤️ лайк, тогда мы будем знать что вам такое интересно.

#библиотекаПешкова #канавинскиебиблиотеки #детскиебиблиотекинн
#английский #языки #учиманглийскийпофразам

Если у вас остались вопросы, вы можете задать их в комментариях, а можете прийти в библиотеку и записаться на дополнительные занятия по литературе.

https://vk.com/video-200182446_456239316

#библиотекаПешкова #канавинскиебиблиотеки #детскиебиблиотекинн
#ЛИТЕРАТУРАПРОСТОИЛЕГКО



Для чего нужны средства выразительности?

87 просмотров

Визуальная составляющая

Сервисы – помощники для создания картинок

[Crello](#)

[Spark](#)

[Canva](#)

[PIXLR](#)

[Photovisi](#)

[BeFunky](#)

[Fotostars](#)

[Piktochart](#)

[Easel.ly](#)

Bitmoji



Виды видеоконтента

Короткие ролики

1-2 минуты (оптимальное рекомендуемое время, дальше интерес пользователя к ролику падает)

Live - трансляции

прямые эфиры

GIF

анимированные картинки

Boomerang

мини-видео, которые автоматически прокручиваются вперед и назад

Letsplay

демонстрация (трансляция) экрана

Backstage

видеосъемка того, что происходит/происходило за кадром

Визуальная составляющая

Сервисы – помощники для создания видео

- [Bolide Movie Creator](#)
- [Supa](#)
- [Virtual dub](#)
- [Киностудия Windows](#)
- [Pinnacle studio](#)
- [Videostudio pro](#)
- [Sony vegas pro](#)
- [Movavi Video Editor](#)
- [Adobe Premiere Pro](#)

[PowerPoint](#)

версия программы начиная от 2010 года

[Tawe](#)

делает видео из картинки

[Legend](#)

превращает текст в видео – на выходе получаются коротенькие видео и гифки

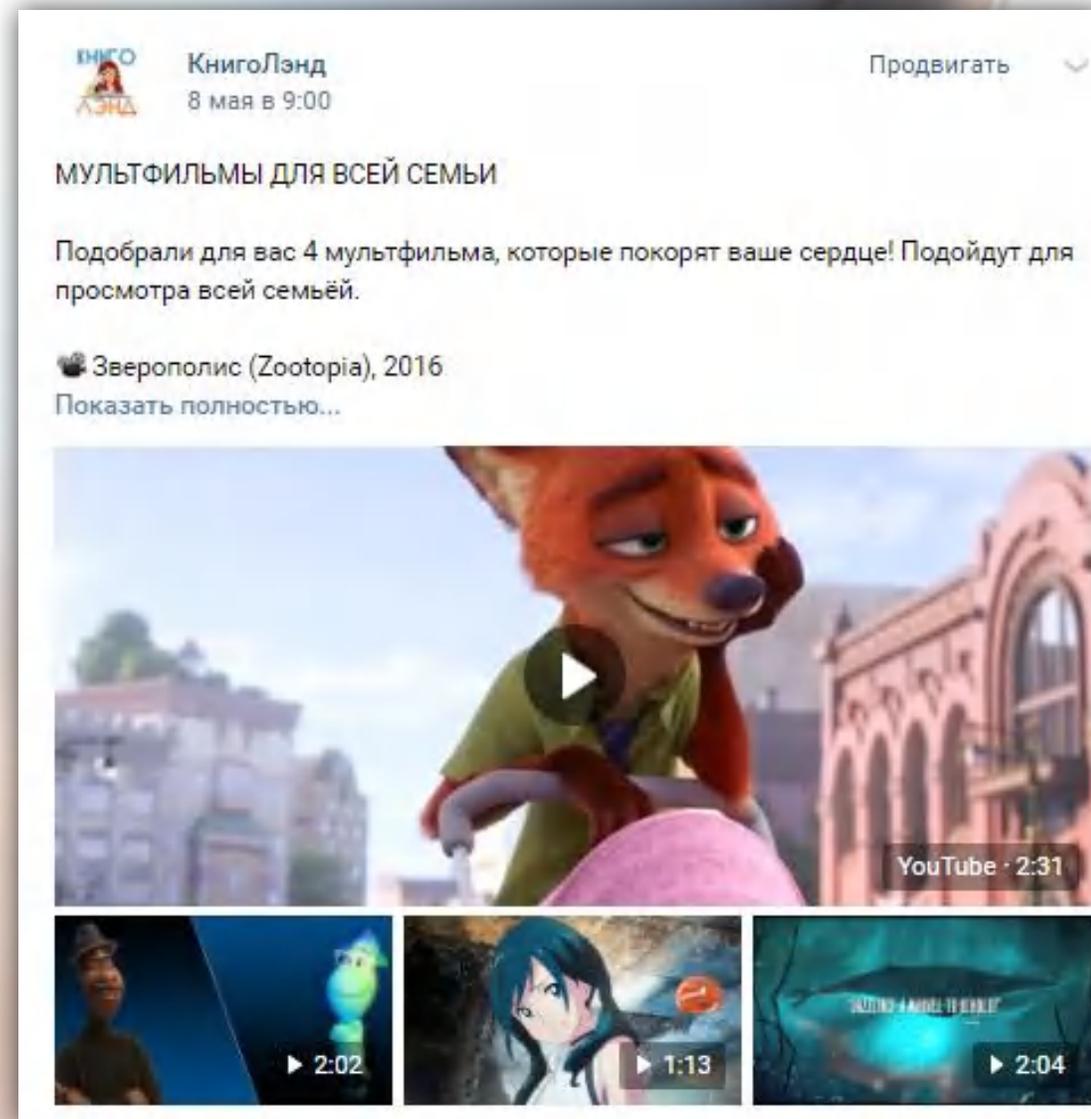
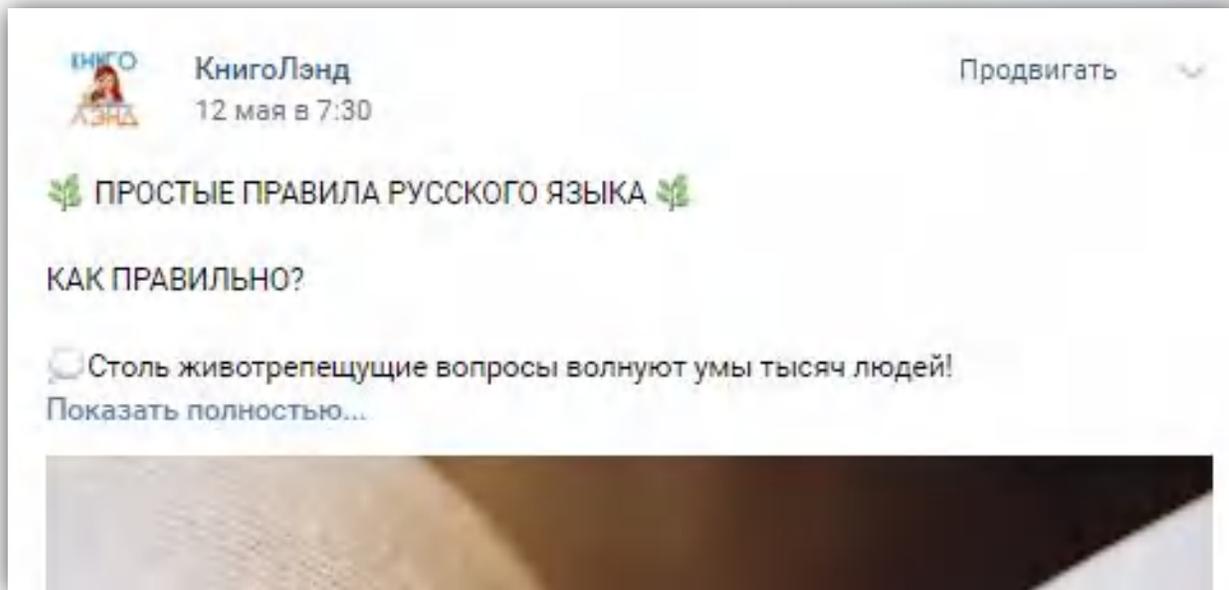
[VideoScribe](#)

делает дудл-видео – небольшие видео, которые рисуются как бы на ваших глазах

ТИПОГРАФИКА: делаем пост удобнее для чтения

Заголовок

Можно набрать его КАПСОМ (прописными буквами). Заголовок должен привлекать внимание, указывать на пользу для читателя, интриговать. Человек решает читать или не читать текст, в среднем за пять секунд. Добавьте усилители заголовков. Например, намекающие на простоту и полезность — «подробная инструкция», «для новичков», «с нуля».



ТИПОГРАФИКА: делаем пост удобнее для чтения

Структурирование поста

Чередуем «легкие» и «тяжелые» **абзацы**. Легкие состоят из одного-двух коротких предложений. Тяжелые — максимум из четырех. Это делает ритм текста живым, динамичным. К тому же легкие абзацы — удачный аналог подзаголовков.

Интервалы между абзацами. Их можно поставить двойным нажатием Enter. Текст с четко разделенными абзацами легче читать, чем простыню.

Разделение разделов. Длинный пост разбиваем на отдельные блоки. Используем для этого прочерк, сочетание звёздочек (****) или других символов.

Смайлы. Они делают текст живее, а если удачно подобраны — иллюстрируют написанное. Смайлы тоже могут служить разделителями абзацев, а еще ими удобно обозначать списки.

Списки. Оформить строчки списка можно тире, цифрами, символом буллита «•» или смайлами.

Цифры и числа. Пишите цифры цифрами, а не словами. «7» — проще и понятнее, чем «семь», пусть это и не по правилам русского языка. Большие числа разделяйте пробелами или запятыми: не «1452098», а «1 452 098».



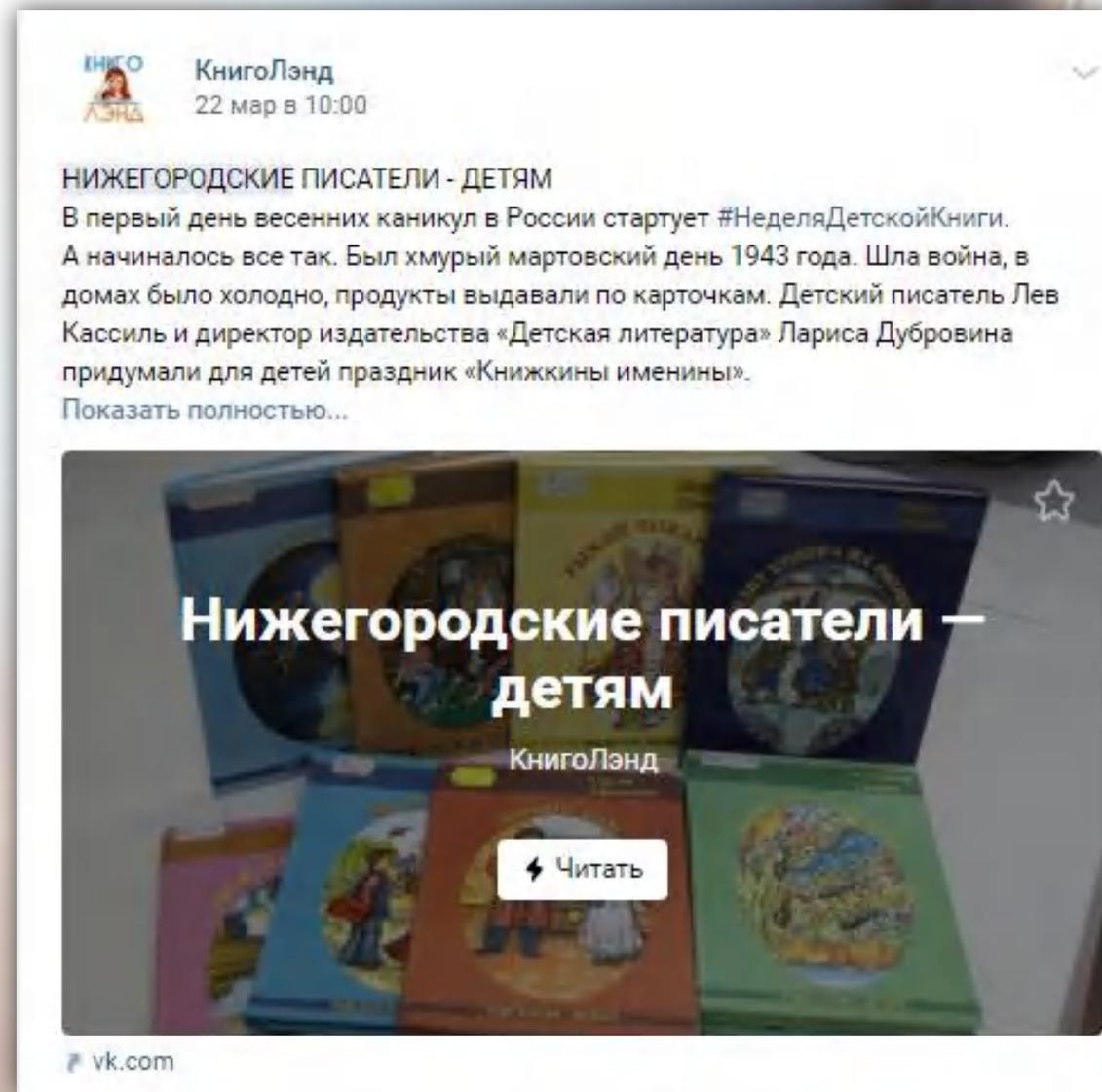
ТИПОГРАФИКА: делаем пост удобнее для чтения

Вики-посты

В ленте такой пост отображается как картинка с кнопкой «Читать».

Внутри — все как в статье для блога.

Можно расставлять заголовки и подзаголовки, делать списки, вставлять картинки прямо в текст.



Формат постов: фото, текст, видео

 КнигоЛэнд
26 апр в 9:00 Продвигать

Доброе утро!

С вами библионости библиотеки А. Пешкова, рассказываем и показываем что у нас новенького 🌍

#библиотекаПешкова #канавинскиебиблиотеки #детскиебиблиотекиинн #библионости

https://vk.com/video-200182446_456239307



Библионости
180 просмотров

 КнигоЛэнд
30 апр в 11:00 Продвигать

🌟 Приглашаем на мастер-классы 🌟

В творческой мастерской "Вообразия" вы можете создать своими руками не только украшения, открытки, книжные закладки, и даже оригинальные **ОБЛОЖКИ ДЛЯ КНИГ!** У нас много красивой бумаги, ленточек и фурнитуры 📖

Записаться вы можете по телефону 📞 8(831)279 26 36

#библиотекаПешкова
#Для_детей_в_Нижнем_Новгороде
#кудасходитььсребенком #библиотекаПешкова #канавинскиебиблиотеки #детскиебиблиотекиинн

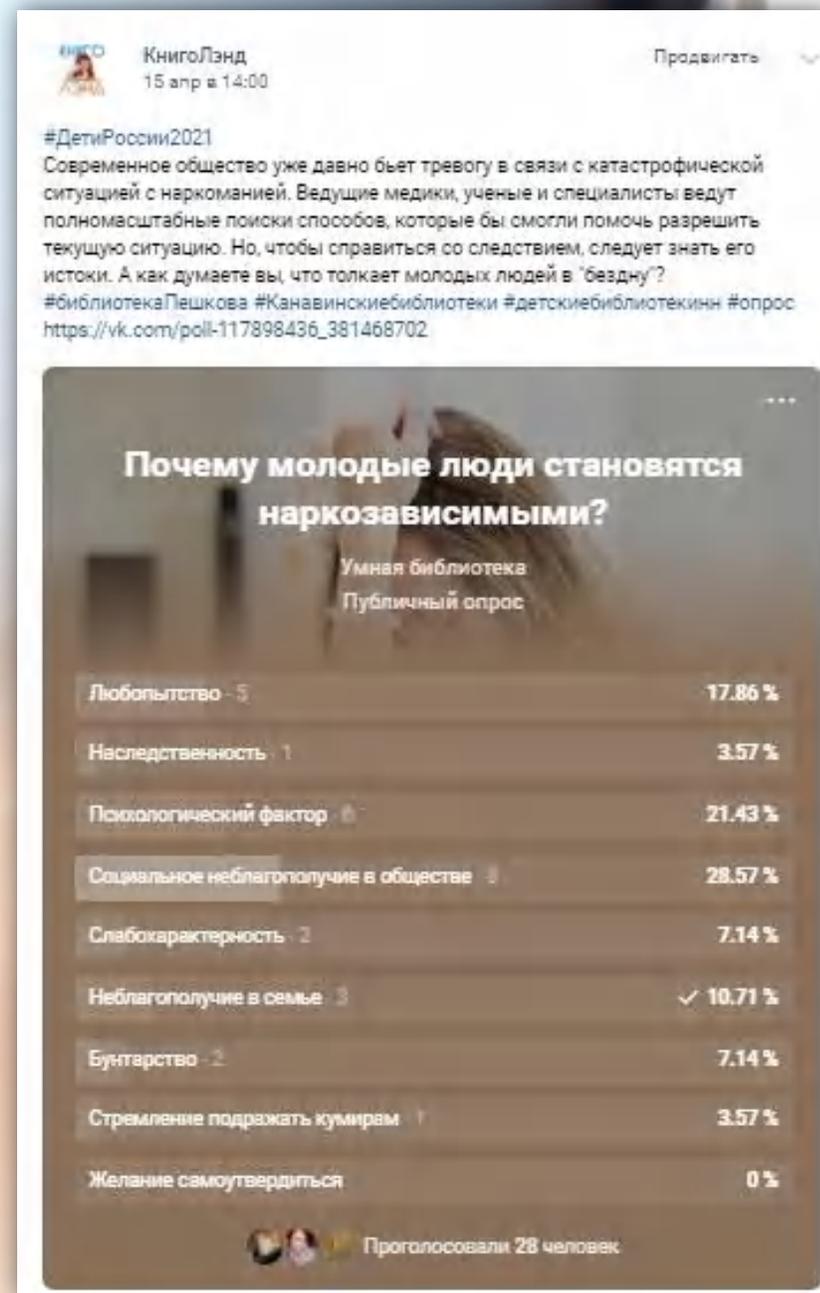
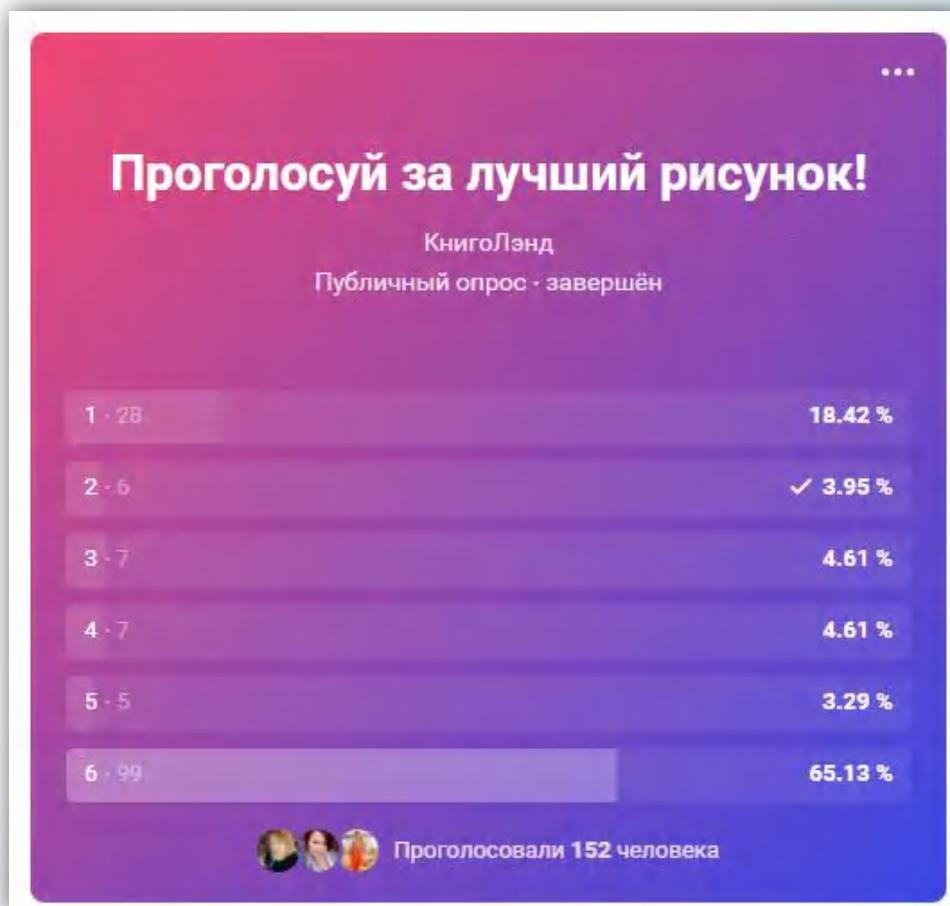


Формат постов: опрос

Опросы бывают развлекательными (здесь все понятно) и серьезными – их цель выяснить потребности аудитории.

Пользователи любят опросы, потому что чувствуют, что их мнение важно.

Этот вариант поста особенно хорош, если активность сообщества упала, и подписчики неохотно комментируют публикации, либо у нас большой процент новых подписчиков в группе.



Формат постов: тест

Цель теста – побудить читателя к действиям.

Тесты можно сделать с помощью интернет-сервисов, таких как «Online Test Pad», «Let's test», «Конструктор тестов», «TestWizard». После создания в посте достаточно разместить ссылку, которую сформируют для вас эти сайты. Или же можно воспользоваться встроенными редакторами.

Антитабачная викторина

12 вопросов

От причин, связанных с курением, ежегодно россияне гибнет больше, чем от алкоголя, наркотиков, пожаров, автомобильных катастроф и СПИДа, вместе взятых. Следуя известному афоризму "врага нужно знать в лицо", предлагаем вам протестировать свои знания об этой "убийственной" привычке.

[Пройти тест](#)

КнигоЛэнд
9 апр в 15:00

Продвигать

#ДетиРоссии2021
Предлагаем вам принять участие в викторине, которая, как вы наверное уже догадались, связана с одной из самых пагубных привычек человечества - табакокурением.
Перейти по ссылке на викторину https://vk.com/app5671337_-177644053#610347
#библиотекаПешкова #Канавинскиебиблиотеки #детскиебиблиотеки



1/12

Кем, когда и откуда в Европу был завезен табак?

- В 17 веке китайцами
- В 18 веке англичанами из Индии
- В 15 веке испанцами из Америки

Формат постов: конкурс

Суть – администрация группы устраивает розыгрыш чего-либо. Это может быть денежное вознаграждение, билеты в кино или приз под тему группы (например, еда, услуги и так далее).

Для того, чтобы принять участие в конкурсе, обычно необходимо: быть подписанным на группу; сделать репост поста с конкурсом; написать что-либо в комментариях.

Конкурсы обычно проводятся для того, чтобы привлечь внимание к группе, увеличить ее численность и количество новых подписчиков.

КнигоЛэнд
14 дек 2020

Продвигать

🎁 НОВОГОДНИЙ РОЗЫГРЫШ ПОДАРКОВ 🎁
Говорят, под новый год...

🎁 Вы можете легко выиграть:

1. Тематический фотосет в библиотеке
2. Книжный бокс для домоседов. Состав: конфеты шоколадные с кокосовой стружкой, баночка меда, сухофрукты, 2 батончика с орешками, чай с шалфеем, 2 карманные книги "секрет", 2 закладки, 2 открытки.

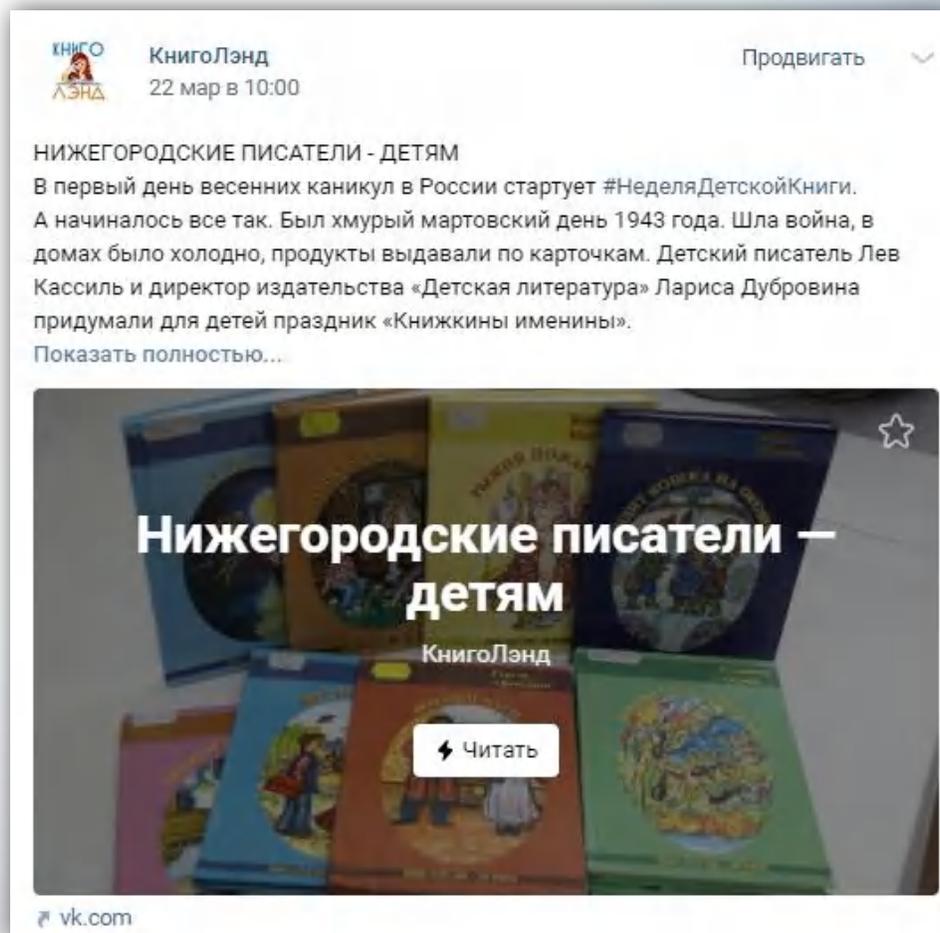
Показать полностью...

Tyler, The Creator – You're A Mean One, Mr. Grinch 1:49

Формат постов: инструкция

Пост-инструкция включает какую-либо интересную статью, инструкцию или прочий объемный материал.

В соцсети ВКонтакте для объемных текстов есть встроенный редактор специальная функция, который позволяет разбить сплошное полотно текста на абзацы, добавить подзаголовки, картинки, выделить нужные участки текста жирным шрифтом, вставить ссылки и т.д.

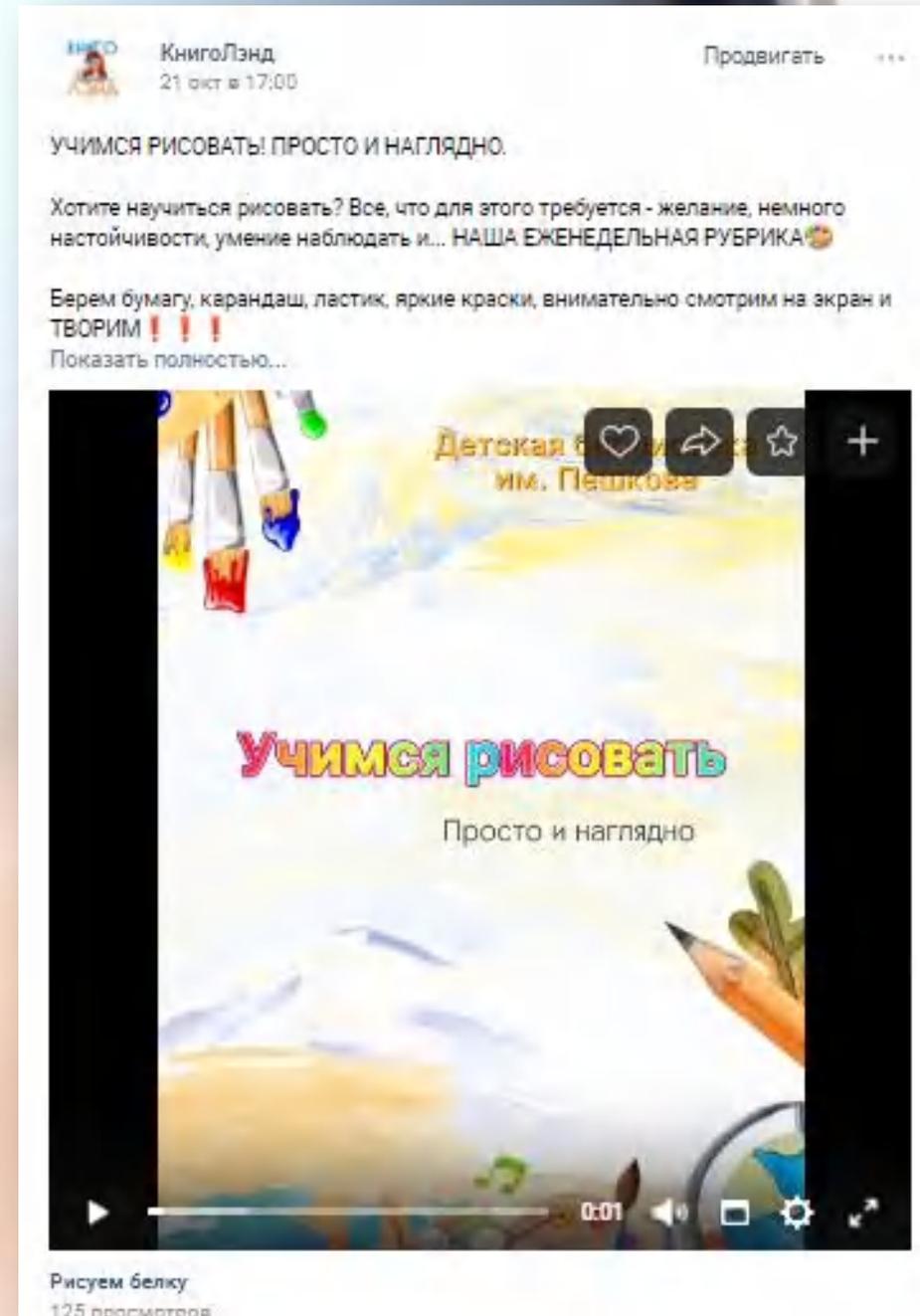


Формат постов: рубрика

Пост-рубрика – это подобие «подкатегории» постов, объединенных одной темой. По сути, это обычный текстовый пост с изображением или без него на определенную тему.

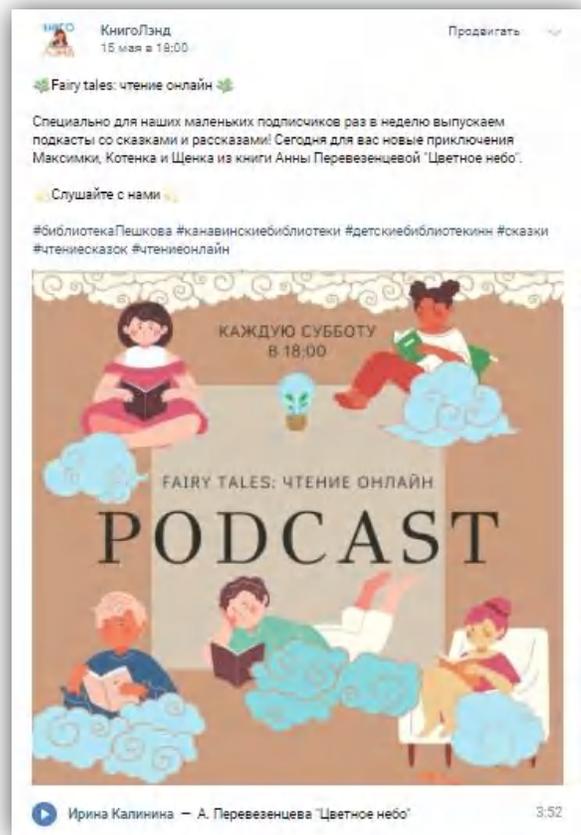
Интервал между такими постами может быть разным – каждую неделю/две/месяц. Главное, не частить – не успеет сформироваться интерес у аудитории, и не публиковать слишком редко – пользователь успеет забыть о вашей рубрике.

Рубрики можно оформлять хэштегами, тогда они будут исполнять роль навигации и с их помощью можно будет отфильтровать нужные записи. Однако у такого способа есть и недостатки: ваши хэштеги могут использовать другие люди и паблики. В этом случае фильтр будет выводить не только ваши записи, но и записи других аккаунтов.



Формат постов: ПОДКАСТ

Очень удобный и информативный тип аудиоконтента. По своему формату подкасты напоминают радио, однако главное отличие тут заключается в том, что они сегментированы по жанрам и темам, а слушать их можно в любое время, не боясь пропустить эфир.



Обычно мы пишем в социальные сети по наитию, как придётся. Некоторые сообщения достигают цели, другие — нет, и нам непонятно, почему так происходит.

Наша задача — написать пост, который пробьётся в умную ленту и привлечет внимание среди сотен других публикаций.

Проверяйте **каждый** свой пост по этому **ЧЕК-ЛИСТУ**.
Подробнее см. далее

ЧЕК-ЛИСТ

- 1 минимум слов
- 2 один текст - одна мысль
- 3 начинаем с главного
- 4 простой язык
- 5 призыв к действию
- 6 качественный визуал
- 7 типографика текста
- 8 польза или привлечение
- 9 орфография и пунктуация
- 10 долой всё лишнее

ЧЕК-ЛИСТ

1. Люди чаще читают короткие посты — до 300–400 символов. Идеальный вариант для постов — такое количество слов, чтобы их прочтение не занимало более 5 минут. По результатам экспериментов длинные статьи не дочитывают до конца.
2. Один текст — одна мысль. В одном тексте нужно раскрывать одну тему. Не стоит распространяться на несколько идей. Если у вас в голове много мыслей, разделите их на несколько текстов. Поверьте – так будет лучше, интересней для пользователей.
3. Социальные сети исключают длительные вступления. Все свои письменные изложения нужно начинать с раскрытия того, что написано в заголовке.
4. Пишите, как разговариваете — просто, дружелюбно и непринужденно. Никаких высокопарных слов и километровых предложений. Представьте, что вы рассказываете о чем-то своему другу. Пишите от первого лица и обращайтесь лично к читателю (в некоторых случаях можно на «ты»).
5. Добавляйте призыв к действию: поставить лайк, высказаться в комментариях, перейти на сайт, позвонить.
6. Дополняйте пост качественными фотографиями и видеороликами. Пользователи социальных сетей «любят глазами». Картинки и видеоролики привлекают больше внимания, чем самый классный текст. Вы не забыли прикрепить картинку к своему посту?
7. Придумайте и оформите (можно КАПСОМ) заголовок, разделяйте запись на абзацы, вставляйте смайлы — так людям будет легче читать.
8. Убедитесь, что в сообщении есть польза или развлечение. Пользователи социальных сетей больше всего любят посты, которые развлекают или учат. Рассказывайте интересные истории, вызывайте эмоции — люди охотно делятся такими постами.
9. Проверьте орфографию и пунктуацию. Люди не любят читать посты с ошибками — они режут глаз и отвлекают. Вы проверили своё сообщение?
10. Уберите все лишнее – «воду» из наших текстов – это самый простой способ сделать текст для поста лучше. Тексты в социальных сетях должны быть короткими, но информативными. Постарайтесь исключить из текстов все заезженные фразы, которые не несут особого смысла.

Муниципальное казенное учреждение культуры
«Централизованная библиотечная система» Канавинского района

ЦЕНТРАЛЬНАЯ РАЙОННАЯ ДЕТСКАЯ БИБЛИОТЕКА ИМ. А. ПЕШКОВА

Методико-библиографический отдел по работе с детьми

Для иллюстраций урока использованы материалы
публичной страницы нашей библиотеки в соцсети «Вконтакте»
«КнигоЛэнд» https://vk.com/knigo_lend



Урок подготовила:
заведующий МБО по работе с детьми
Ирина Анатольевна Калинина

Нижний Новгород, 2021