



**КАК НАПИСАТЬ ПОСТ
В СОЦСЕТЯХ**

ВЫСОКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

- **Каждый день в соцсетях появляются миллионы новых постов. Большинство из них теряется в новостной ленте. 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.**
- **Поэтому так важно писать грамотно, не переусердствовать со смайликами и сложными речевыми оборотами.**

ОБЪЁМ ПОСТА

- **Короткие посты читают охотнее.**
- **Необходимо помнить, что пользователь – существо ленивое. Он не хочет тратить слишком много времени на один пост. Он начнёт читать, устанет и пролистнёт дальше, хотя пост не такой уж и длинный. Важно за короткое время донести до него сообщение, посыл поста.**
- **Максимальный объем текста в соцсетях - 1000 символов, желательно же обходится гораздо меньшим объемом информации.**
- **В целом короткие посты читают чаще длинных — и чаще дочитывают до конца.**
- **В объемных публикациях большая часть текста скрыта под катом. Это строчка «Показать полностью...» ВКонтакте и «Еще...» на Фейсбуке.**
- Кстати, то, что выделено зеленым шрифтом, составляет уже 514 символов без пробелов или 601 - с пробелами.

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.

ДОБАВЛЯЙТЕ ИЗОБРАЖЕНИЯ И ВИДЕО

- Пользователи социальных сетей любят глазами.
- Картинки и видеоролики привлекают больше внимания, чем самый классный текст.
- Максимум внимания привлекают фотографии людей. Поэтому сообщая о мероприятии не забудьте поместить фото участников.
- Перечитав перед публикацией свой пост, проверьте обязательно, не забыли ли вы прикрепить картинку к нему?

ТИПОГРАФИКА: ДЕЛАЙТЕ ПОСТЫ УДОБНЕЕ ДЛЯ ЧТЕНИЯ

- **Рекомендуется чередовать «легкие» и «тяжелые» абзацы.**
- **Абзацы в одну-две строчки легко читать. Они особенно полезны в больших постах.**
- **Обязательно ставьте интервалы между абзацами.**

ДРУГИЕ ВАЖНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ:

- **Заголовок.**
- Заголовок должен привлекать внимание, интриговать.
- **Смайлы.** Они делают текст живее, а если удачно подобраны — иллюстрируют написанное.
- Два условия: подбирайте смайлы в тему и не ставьте их в каждой строчке. В большом количестве смайлы затрудняют чтение, а не упрощают.
- **Списки.** Оформить строчки списка можно тире, цифрами, символом буллита «•» или смайлами.
- **Цифры и числа.** Старайтесь писать цифры цифрами, а не словами. Большие числа (к примеру, номера телефонов) разделяйте пробелами не «89213489018», а «8 921 348 90 18».

ХЭШТЕГИ

- **Хэштеги значительно повышают охват сообщения. Желательно использовать не слишком популярные слова, чтобы выделиться из массы подобных.**
- **Выбор правильного хэштега может значительно расширить охват ваших постов в социальных сетях до тысяч потенциальных подписчиков.**
- **Рекомендуется ставить в посте не больше трёх хэштегов.**

ЧАСТОТА ПОСТОВ

- **У любого аккаунта в социальной сети есть информационная ёмкость. В Фейсбуке, Одноклассниках, ВКонтакте и Инстаграме не стоит публиковать больше двух постов в день. Многие зависят от лучшего времени.**
- **Лучшее время для постинга**
- **В сегодняшнем разговоре мы затронем такую тему - как выбор оптимального времени для максимального охвата среди подписчиков вашей группы и сбора как можно большего количества лайков.**
- **Прежде, чем мы перейдем к изучению этой темы более подробно, поговорим о типичных ошибках при настройке постинга.**

ОШИБКИ

- **Ошибка 1.**
- Публикация статей в равное время (13.00, 14.00,15.00 и т.д.)
- **Ошибка 2.**
- Нерегулярное размещение контента, по принципу "то пусто, то густо".

ЛУЧШЕЕ ВРЕМЯ ДЛЯ ПУБЛИКАЦИИ

- **Первое лучшее время публикации с 12-00 до 15-00, то есть обеденный перерыв и смежные с ним часы.**
- **Второй прайм-тайм — с 19-00 до 22-00. Это лучшее время для размещения, и именно вечером достигается максимальный охват.**

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 **первые сутки**, тем выше она окажется в ленте друзей и подписчиков.

Основные факторы попадания в умную ленту ВК

- Количество комментариев,
- Нажатие пользователями кнопки «Поделиться» и «Мне нравится», то есть репосты и лайки,
- Количество человек, принявших участие в опросе,
- Частота посещения страницы или группы,
- Время чтения и просмотра контента,
- Переходы по ссылкам.

ДОБИВАЙТЕСЬ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ

- **Обратная связь — это комментарии, лайки, репосты. Чем их больше, тем выше оценивают пост алгоритмы умной ленты.**
- **Призыв сделать репост или поставить лайк.**
- **Призыв к обсуждению.**
- **Хитрость: первый комментарий можете написать вы сами. Так читателям будет проще включиться в обсуждение.**
- **Опрос — это тоже способ обратной связи и хороший метод активизировать своих подписчиков.**

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

- **Старайтесь отвечать на комментарии.**
- **Поощряйте адекватные высказывания о постах. Не бойтесь писать комментарии в ответ на комментарии ваших подписчиков, вовлекайте их в беседу.**
- **Спрашивайте мнение о том, что вы постите. Даже если есть опасность нарваться на критику.**

ПРОВЕРКА НА ОШИБКИ И ПОВТОРЫ

- Есть такой сервис для улучшения текстов, как **Главред**
- Он бесплатный,
- Поможет избавиться от повторов, обилия местоимений и прочего мусора.

Чистота Читаемость

Забавный снежный человек с дурацкой морковкой вместо носа и ведром вместо шляпы давно и прочно стал символом зимы. Но это сейчас, когда в домах тепло и светло, и люди перестали бояться угроз суровой зимы. А во времена иные, темные снеговик был злобным огромным чудищем, которого боялись и которому поклонялись. При лепке снежной фигуры люди воплощали в нем свои извечные страхи и переживания.

Бр-р-р! Лучше о тех временах не вспоминать. Пусть снеговик с широкой улыбкой и ручками-прутиками останется для нас добрым, милым, радостным символом зимы.

Помните ли вы, взрослые, какими счастливыми были в детстве, когда творили из липкого, тяжелого снега скульптуры? Как едва катали снежные комки, и вкладывали душу в создание лица? Жаль, что век снеговика недолог. В комментариях к этому посту отправляйте фотографии снежных творений. Давайте соберем свою коллекцию снеговиков и прадуемся друг за друга.

8,7 баллов из 10 по шкале Главреда

8 предложений
135 слов, 898 знаков

13 стоп-слов. Основные проблемы: усилитель
паразит времени слабый глагол необъективная оценка



Забавный снежный человек с дурацкой морковкой вместо носа и ведром вместо шляпы давно и прочно стал символом зимы. Но это сейчас, когда в домах тепло и светло, и люди перестали бояться угроз суровой зимы. **А** во времена иные, темные снеговик был злобным огромным чудищем, которого боялись и которому поклонялись. При лепке снежной фигуры люди воплощали в нем свои извечные страхи и переживания.

Бр-р-р! Лучше о тех временах не вспоминать. Пусть снеговик с широкой улыбкой и ручками-прутиками останется для нас добрым, милым, радостным символом зимы.

Помните ли вы, взрослые, какими счастливыми были в детстве, когда творили из липкого, тяжелого снега скульптуры? **Как** едва катали снежные комки, и вкладывали душу в создание лица? Жаль, что век снеговика недолог. В комментариях к этому посту отправляйте фотографии снежных творений. Давайте соберем свою коллекцию снеговиков и прадуемся друг за друга.

В начале предложения нет глагола

Старайтесь начинать предложение с действующих лиц действий. Предложение без действий — слабое предложение

См. также

[Приемы редактирования](#)

[Секрет сильных предложений](#)

9,3

балла из 10
по шкале Главреда

8 предложений
135 слов, 898 знаков

6 стоп-слов. Основные проблемы: нет глагола
неуклюжий синтаксис восклицание Синтаксис

НЕ ЗАБЫВАЕМ ПРО ССЫЛКИ

- **Корректные ссылки еще никому не навредили**
- **Указывайте источники**

Шаблон пресс-релиза

- **Заголовок** (яркий, цепляющий, привлекающий внимание)
- **Лид** – абзац, который раскрывает заголовок (может включать дату, место, время проведения, название мероприятия);
- **Основная часть** – о мероприятии (его основная мысль, кто готовил и провел, не скупиться на эмоции, описать, как отреагировали участники, что им больше понравилось);
- **Заключительная часть** – информационная справка, напоминание

Заголовок

Вологда приглашает на «Поэтические прогулки с Бродским»

Лид

4 декабря в филиале Вологодского государственного музея-заповедника – Музее «Литература. Искусство. Век XX» открылась выставка «Поэтические прогулки с Бродским», приуроченная к 80-летию со дня рождения поэта.

Основная часть

Музей исследует литературные процессы XX века и, конечно же, не мог пропустить юбилей одного из крупнейших поэтов современности. Для передвижной выставки, подготовленной Коношской центральной районной библиотекой им. Иосифа Бродского, Вологда – не первая остановка в культурном путешествии по свету. До этого экспозиция побывала в Центральной библиотеке им. М. Ю. Лермонтова в Санкт-Петербурге, в библиотеках Архангельска, Вельска, Няндомы, Тотьмы.

На выставке представлены стихи поэта норинского периода, инсталляция из предметов, упоминающихся в стихах, интерактивная презентация.

Заключительная часть

Выставка будет работать с 4 декабря по 1 апреля по адресу: г. Вологда, ул. Герцена, д. 36.

Заголовок За интересным досугом и общением – в библиотеку

Лид

13 марта в привычный распорядок учебного дня учащихся 10 А, 9 Б и 8 Б классов Коношской средней школы им. Н.П.Лаверова вторгся коллективный поход в Коношскую библиотеку им. Иосифа Бродского, куда их пригласили на презентацию.

Основная часть Подростков познакомили с недавно открытым молодежным пространством. Проект МОО "Открытая библиотека" с довольно длинным названием «Организация молодежного самоуправления в сфере досуга» с использованием гранта Президента Российской Федерации, предоставленного Фондом президентских грантов, на деле означает, что у молодых коношан появилось место для общения, работы, проведения досуга. Одно из главных условий проекта – молодежь должна суметь сама организовать свое свободное время, позаботиться о том, чтобы оно оказалось полезным для каждого. Об этом и многом другом рассказали гостям автор проекта Елена Козьмина и ведущая Ольга Плахова.

Обстановка располагает к тому, чтобы пространство стало для молодежи теплым домом – современный дизайн помещения, оборудование, имеется подиум для выступлений. Здесь же можно поработать за компьютером, перекусить, попить чаю в специально отведенной для этого чайной зоне. Официальное открытие состоялось 26 февраля. Отмечаем с радостью, что с того времени пространство не пустует: здесь ребята проводят репетиции, знакомятся, играют в настольные игры и проводят занятия в сфере медиаволонтерства. Надеемся, что и участники презентаций, и те, кто узнают о пространстве из наших публикаций, будут заглядывать в библиотеку «на огонек».

Заключительная часть Напоминаем: по средам, пятницам и воскресеньям – молодежное пространство открыто для посещений до 20 часов; понедельник, вторник и четверг – до 18 часов. Суббота – выходной.