

**Как написать
пост в соцсети,
который
прочитают?**

Начинать с главного, чтобы зацепить. «Сегодня вместе с ... (нерехтчанами, буювлянами) придумали провести фестиваль оладушек» ИЛИ «В следующем месяце в ... (Нерехте, Буе) пройдет первый в мире фестиваль оладушек» ИЛИ «По 2,5 тысячи рублей ежемесячно будут дополнительно получать работники сельских домов культуры».

Один пост – одна тема. Если начать с коронавируса, продолжить поправками в Конституцию, а завершить засолкой парфеньевских груздей на зиму – то у читателя в голове останется пустой звон после прочтения. Раскрываем только одну тему

Тема должна быть актуальной.

Сломали детский городок –
взываем к совести, открыли ДК
после ремонта – хвалим
строителей и поздравляем
работников культуры,
коронавирус – проверяем запас
еды и лекарств. Основной закон –
что это даст вашим читателям.

Объем текста – не больше 3-4 абзацев. Каждый абзац – отдельная грань выбранной темы. Грани должны быть разные – обязательно нужно раскрыть актуальность темы для людей, можно вскользь вспомнить историю поднимаемого вопроса, в финале – подвести к итогу или решению.

Правило «Что? Где? Когда?».

Если пишете о событийном мероприятии, у читателя не должно оставаться вопроса – а что вообще произошло. Среди первых строк должно быть что-то похожее на «Сегодня в Кологривском Доме культуры встретились с местными ветеранами на празднике урожая».

Глаголы действия. «Посетил», «посмотрел», «общался» - не те глаголы, которые характеризуют эффективного человека. «Решил», «помог», «сделал», «вместе нашли выход», «сообща справились с задачей» - больше подходят для создания образа динамичного и результативного волонтера.

**Всегда подчеркивайте
близость к вашим самым
главным читателям.**

«Земляки», «родная
костромская (судайская,
караваевская, чухломская и
тп.) земля», «вместе мы...» etc.
Это важно для сплочения
людей вокруг вас.

Проще пишете – умнее выглядите.
Фразу «Во исполнение инициатив Президента Российской Федерации, озвученных в ходе ежегодного послания...» стоит максимально упростить. «Реализуем президентское Послание. Для этого сделали...». Ваши читатели в своей массе не понимают и даже отторгают «русский юридический». Общайтесь с ними, как с соседями.

При этом и простонародным языком не стоит заигрываться. Да, на северо-востоке Костромской области поймут выражение «надысь пошли мы по обабки» («на днях ходили за грибами»). И это откликнется в сердцах людей. Но постоянно этим пользоваться не стоит. Текст должен быть понятным с первого прочтения, грамотным и достойным.

Эмодзи – по выбору. С одной стороны, правильно использованные разноцветные смайлы-точки-жесты облегчают восприятие текста. С другой, в аккаунтах официальных людей они странно выглядят. Ну, не сидит же депутат на заседании и не выбирает эмодзи «танцующая девушка» для своего поста. Здесь, вероятно, стоит либо искать золотую середину, либо вовсе отказаться от эмодзи-клавиатуры.

Общие советы по ведению соцсетей

Не забывайте о личном. Помимо официальной информации, выдавайте личные истории: «Вот, играю в хоккей. Еще мальчишкой ездил на соревнования. И до сих пор крепко стою на коньках и так далее.

Картинка к посту – обязательно!

Пользователи соцсетей в своем большинстве – визуалы. И чтобы они прочитали текст, им должна сначала понравиться картинка. Лучше без эффекта «трясущихся рук», предпочтительнее крупные планы – проще рассмотреть на маленьком экране смартфона, хорошо бы – с динамикой (люди идут, разговаривают, трактор пашет, кран разгружает плиты).

**Публикуйте только
проверенную информацию.**
На вас ориентируются. Вам
должны доверять.