

Что такое пост

Пост — это публикация в социальной сети: заметка, статья, интервью и так далее.

Перед тем, как написать текст, надо понимать:

- **Зачем** мы его пишем?
- **Кому** мы его адресуем?
- **К какому действию** мы побуждаем читателя?

Зачем?

Публикуя текст в социальной сети, мы преследуем определенную цель:

- рассказать интересную историю,
- поделиться впечатлениями или эмоциями,
- призвать людей участвовать в каком-то проекте/голосовании,
- задать вопрос,
- обсудить что-то с коллегами или подписчиками и т. п.

Кому?

Ваши читатели: коллеги, ученики, родители учеников, администрация школы, ЦУР, жители города или региона, или же все они вместе — это ваша целевая аудитория.

Грамотно составленные публикации вызывают отклик у целевой аудитории и при этом транслируют какую-то информацию или ценности. Чем понятнее читателю будет, зачем ему читать ваш пост, что полезное он ему даст, тем лучше. У нас у всех мало времени и плохо фокусируется внимание, поэтому лучше писать по делу и не использовать многоярусные лексические конструкции.

К какому действию побуждаем?

Если ваша публикация предполагает какое-то действие: опрос, ответ на вопрос, участие в марафоне, голосовании — обязательно нужно коротко и понятно это обозначить.

Как писать тексты для публикаций

Рассказывайте истории

Публикации в соцсетях — это не протокольный отчет. Читателям хочется видеть за буквами живых людей, которые шутят, смеются, грустят, и в этом главная ценность социальных сетей.

Чтобы рассказать историю, можно воспользоваться способом, который в журналистике называется «правило пяти вопросов» и используется при написании новостей.

Это вопросы:

- Кто?
- Когда?
- Что?
- Зачем?
- Почему?

Отвечайте на них по списку: кто сделал, когда сделал, что сделал, зачем сделал и почему сделал — и ваша история практически готова!

Делитесь «полезностями»

Материал находит отклик у читателя, когда ему дают советы, рекомендации, делятся опытом и знаниями, которые он может применить на практике.

Убирайте лишнее

Сокращайте все лишнее, что вам кажется незначимым или что не очень важно для вашего читателя. Например, полный список из 30 команд участников соревнований «Веселые старты». Если он важен, потому что ваши подписчики хотят увидеть в посте название своей команды, его можно убрать в самый конец публикации.

Упрощайте текст. Многосоставные глаголы утяжеляют речь: вместо «мы решили провести праздник» можно написать «мы провели». Предложение сразу становится легче и динамичнее.

Избегайте канцеляризмов

Педагоги часто имеют дело с официальными отчетами, поэтому в их постах проскакивают словечки из официально-делового стиля: «данное мероприятие было инициировано» и т. п.

В публикациях в социальных сетях лучше использовать художественный, художественно-публицистический, разговорный стиль, но точно не официально-деловой.

Не делайте грамматических ошибок

Опечатки и ошибки случаются у всех. Перед публикацией загрузите свой текст в WORD- документ, там можно проверить текст на орфографию и пунктуацию.

Завершайте текст выводом или призывом к действию

Можно:

- давать полезные ссылки по теме поста.
Например, если вы приняли участие в мероприятии и рассказали о нем, то можно оставить ссылку на него для тех, кто захочет поучаствовать в следующем году. Так читатель, который узнал новое из вашего поста, будет знать, как этой информацией воспользоваться.
- Предлагать записаться в ваше объединение, если у Вас есть вакантные места в текущем году, либо на новый уч.год.

Не пишите постов «на негативе»

Если вы хотите опубликовать «крик души», то лучше сдержитесь, посчитайте до десяти, пересадите цветок, испеките торт и напишите публикацию после этого.

Через негативные эмоции можно испортить с кем-то отношения или сформировать репутацию скандалиста. Поэтому лучше подумать, а стоит ли ими делиться?