МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

«ДЕТСКО – ЮНОШЕСКИЙ ЦЕНТР «ВАРИАНТ»

МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА

**Тема разработки:** «Как писать интересные тексты для социальных сетей»

**Адресат:** педагогический состав

Разработчик:

Галиева Гульназ Рашитовна,

методист

Екатеринбург, 2022

Обилие новостей, без которых уже невозможно представить современный мир, вызывает у многих из нас желание влиться в этот информационный поток и создать интересный контент для своих подписчиков, обучающихся и родителей. Но писать так же профессионально, как журналисты, сразу получается не у каждого. Ведь дело не столько в таланте, сколько в основах практической стилистики русского языка, необходимых для написания публикаций.

По общепринятой классификации они делятся на три жанра:

- информационные,

- аналитические,

- художественно-публицистические.

Информационные жанры сообщают о единичном факте (к ним относятся заметка, репортаж, отчёт), аналитические обобщают и осмысливают группу взаимосвязанных фактов или явлений в жизни общества, выявляя его проблемы (интервью, статья, рецензия), а художественно-публицистические оценивают действительность и судьбы людей, выражают личное отношение к ним с помощью литературных приёмов (очерк, фельетон, эссе).

Большинство из материалов, которые создают в образовательных организациях, относятся к информационным, реже аналитическим жанрам.

Несмотря на различия, общим для материалов всех жанров является смысловая структура текста, которая составляет его логический каркас. Она состоит из главной мысли, основных элементов общего содержания текста – констатирующих тезисов, развивающих тезисов, аналитической оценки ситуации – и второстепенных элементов (иллюстрации). Главная мысль заключена в заголовке публикации, поскольку именно она побуждает человека к прочтению текста.

**Правильное составление заголовка – это и есть первый шаг для написания интересных публикаций.** Он должен быть максимально коротким, содержать главную мысль текста и отвечать на вопрос, о чём вообще автор хочет сообщить своим читателям. С точки зрения лингвистики он представляет собой простое повествовательное предложение со сказуемым преимущественно в форме глагола и подлежащим, а также определением, дополнением или обстоятельством. Все вместе они должны выражать новую информацию с законченным действием, а не описанием всем известных фактов. Примеры хороших заголовков - «Боец» всухую победил «Спутник».

Ни в коем случае в заголовке нельзя употреблять нераспространённые предложения, набор существительных и прилагательных без сказуемого, канцеляризмы, краткие причастия, деепричастия, вопросительные и побудительные предложения. Примеры неудачных заголовков – «Весна пришла», «Форум «Сообщество», «Подпишись! Будь в курсе!». Подобные грамматические конструкции не имеют смысловой завершённости, они слишком громоздки, не раскрывают сути события, о котором хотел рассказать автор, и не вызывают у читателей желания потратить своё драгоценное время на такие публикации.

Чтобы проверить, насколько интересен будет заголовок для вашей целевой аудитории, просто произнесите его вслух. То же самое относится и к остальному тексту, который должен отвечать на шесть главных вопросов: кто, что, где, когда, как, зачем, почему? **Это второе правило написания интересных текстов.**

Перечисленные вопросы раскрываются с помощью констатирующих и развивающих тезисов, подчиняющихся языковой логике. Они следуют друг из друга.

Лид – это первый абзац в новости, пресс-релизе или посте, в котором в общем раскрывается содержание главной мысли.

Лид должен цеплять читателя и вызывать у него любопытство. В указанном примере лид звучит так: «Сегодня в ДЮЦ «Вариант» состоялось совещание по организации и проведению соревнований по шахматам, посвящённых Дню пожилого человека. В нём приняли участие более 15 представителей клубов по месту жительства МБУ ДО «ДЮЦ Вариант». Представители обсудили дальнейшие этапы и сроки проведения соревнований».

С точки зрения смысловой структуры текста лид представляет констатирующий тезис, а следующий за ним абзац (или несколько) – развивающий. То есть он продолжает описание конкретного события, аргументирует констатирующих тезисов и раскрывает новые детали. Чаще всего РТ выражается в форме прямой или косвенной речи, мнения эксперта или другого авторитетного специалиста.

Остальные констатирующие и развивающие тезисы строятся по такому же принципу чёткой логической связи повествования. Для наглядности и формирования интереса у читателей в них вводят иллюстрации, которые могут быть выражены статистическими данными, случаями из жизни, исторической или архивной информацией. В нашем тексте иллюстрации выглядят так: «Клуб «Боец» занимает 4-е место в МБУ ДО «ДЮЦ «Вариант» по участию в спартакиаде клубов по месту жительства, 1-е место по соревнованию по скалолазанию и 9-е место по дартсу».

**И, наконец, третье правило написания интересных текстов – это обязательное использование в нём аналитической оценки ситуации.** Если говорить проще, то это выводы, которые автор делает на основе изложенной в материале информации. Они даются всегда в конце публикации.

Важно также отметить, что любой текст – это выражение авторской позиции к происходящим вокруг событиям. Никому неинтересно читать про совещания, конференции, и т.д. Но всегда можно повернуть текст так, что он заиграет новыми красками. Для этого можно использовать принцип перевёрнутой пирамиды, когда самая любопытная информация даётся в начале текста, а менее значимая – в конце. В частности, так можно действовать, если кто-то из участников мероприятия озвучил оригинальную фразу, которая может моментально стать вирусной и в миг разлететься по Интернету и СМИ.

По такой же схеме надо подходить и к освещению других мероприятий и выносить интересные фразы в заголовок текста. Это привлечёт к вам внимание и позволит увеличить подписчиков.