



POST  
IZDAN

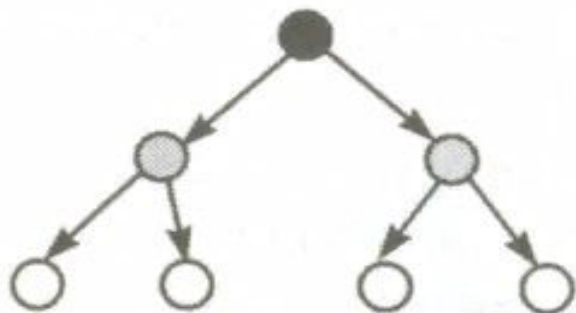
IZDAN

IZDAN



# Модель внутренней коммуникации – гетерархия

- Коммуникация внутри паблика происходит по модели «горизонтальной иерархии», цель которой создание максимально свободного и равного права на управление контентом. Связь происходит посредством со всеми участниками и в редких случаях требует мнение одного. Спорные моменты решаются слаженно, предложения обсуждаются



Вертикальная структура управления



Горизонтальная структура управления



# Модель внешней коммуникации

- Первым отличительным параметром будет являться так же внутренняя коммуникация. Наша задача будет состоять в том, что бы создать максимально открытую площадку для подписчиков, и в особенности, для людей которые хотят принять участие в создании контента. Начиная от постоянного общения в комментариях (без фанатизма), заканчивая прямыми путями взаимодействия. Это уникальная возможность сделать паблик не только ресурсом новой информации, но и площадкой где ждут активности, статей, общения и т.д и это происходит на приближенному к равным условиям.



# Роли

Распределение ролей обязательная составляющая. «Роль» - собственный выбор редактора\публициста. Роль – та приоритетная ниша которые вы выбираете посредством ваших возможностей и интересов (их может быть несколько)

Что она дает?


- Каждый участник команды знает приоритеты другого, что позволит легко планировать материал наперед не вдаваясь в долгие полилоги.
- Исходя из «ролей» можно проанализировать недостающие элементы, что позволит ясно видеть картину постоянных постов.



# Опросы

Опросы отличный инструмент в SMM, в нашем случае его основная цель удержание уже имеющийся аудитории. Опросы могут быть напрямую связанные с качественными характеристиками паблика либо быть тематически predetermined. «Дельфин Агностик» – отличный пример второго типа, это концептуально связанный опрос, который должен привести подписчика к результату. Отмечу, что с точки зрения неожиданности и объективности, опрос не удался. Так как был запущен в одно и то же время, и голосовавшие могли наперед понять в чем его суть. Однако заслуги Дельфина от этого меньше не становятся. А опрос слева – пример второсортного материала. Опросы нужно продумывать заранее что бы опубликовать некий «эпилог» всех ответов, преподнеся пользователю вывод. Либо делать

Написать комментарий...

 **Важные Статистические Опросы (BCO)**  
вчера в 18:14

Вы учёный. За ваши успехи в научной деятельности Вам предлагают высокооплачиваемую, но секретную работу в США


**Что бы вы выбрали?** Открытое голосование

- Выбрать высокооплачиваемую работу в США, но о Ваших научных достижениях никто и никогда не узнает
- Остаться работать в своей стране за минимальную зарплату. Ваши достижения в науке, если такие будут, сделают вас знаменитым

Проголосовало 11 702 человека. [Получить код](#)

Нравится 110 Комментировать 1 23К

[Показать все 67 комментариев](#)

 Ярослав Орлов ответил Артуру  
Артур, до Нобелевской ещё и дожить надо

Сегодняшние импровизированные ночные опросы так удачны, что жалко не сохранить.

Вопрос	Да	Нет	Итого
Вы жертвовали деньги Викимедии? Анонимное голосование	81 (5%)	1548 (95%)	1629 человек
Вы давали деньги попрошайкам (на улице, в метро и т.д.)? Анонимное голосование	1008 (61%)	645 (39%)	1653 человека
Что принесло вам больше пользы? Анонимное голосование	Википедия: 1459 (92.7%)	Попрошайки: 115 (7.3%)	1574 человека

[Получить код](#) [Получить код](#) [Получить код](#)

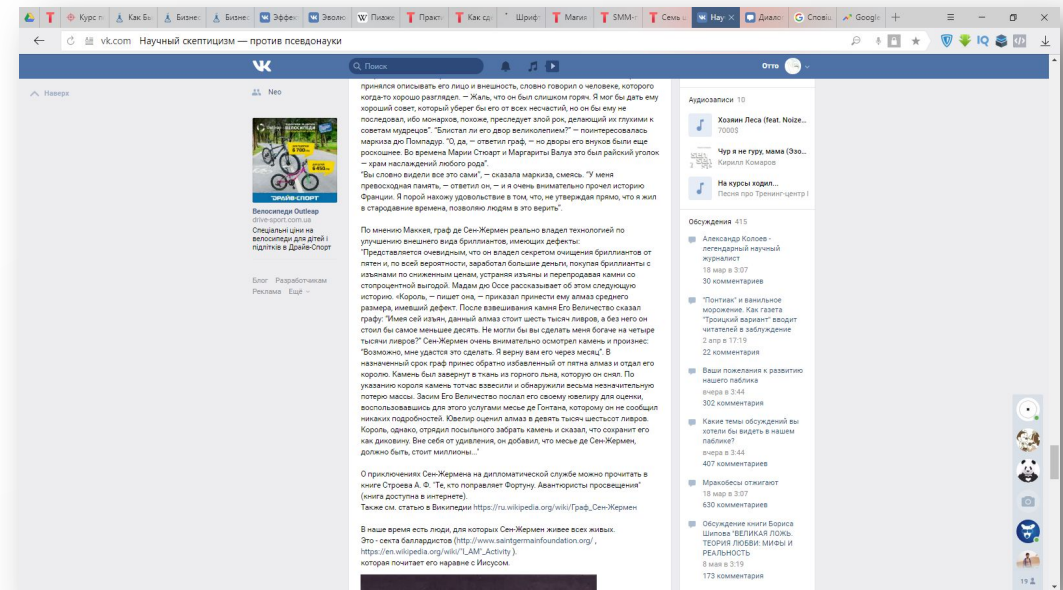
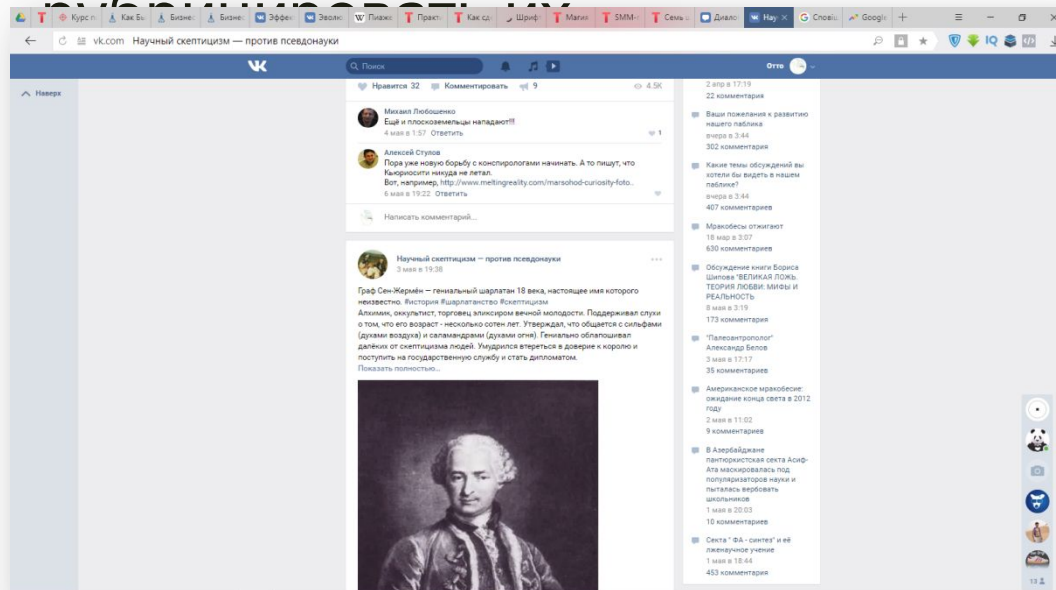
час назад | Ответить 11 Мне нравится 28

час назад | Ответить 12 Мне нравится 49



# Разоблачения

- Паблик «Научный скептицизм» как раз такой направленности. Отличные статьи, прекрасные темы, однако плохая верстка текста. Он не удобен, не разделен визуально для удобства чтения, что играет важную роль. Такой формат так же возможен для нашего паблика. Однако категорически запрещается прямо копировать текст без переобработки в минимум 35%. Идеально создавать полностью свои тексты и так же





# Цитаты (ВЕТА)

- Роль цитат достаточно неоднозначна в научной среде. В техническом плане цитата – субъективное (в худ.лит-ре\высказываниях) отношение о чем-либо. С другой стороны мы наблюдаем примеры цитат научной составляющей, однако стоит заметить, что фундаментальная роль цитат как «подитождителей» неизменна. Вкратце, цитата – резюмирует, не обучает. Некоторым пабликам цитаты принесли достаточно высокий охват аудитории. Как, на пример, паблику слева



Нравится 190 14

10K



Когнитивный Диссонанс  
сегодня в 0:00



Нравится 227 22

13K

Относительно цитат мое предложение заключается в выборе одного из направлений:



Все же постить цитаты с сугубо научной направленностью (подобно «Когнитивному диссонансу»)



Создать гротескный образ цитат. Указывать намеренно сложный текст, менее известного автора



Не постить цитаты



Кто-то поймет идею и будет поддерживать данный вид сатиры



Кто-то додумает им ценность и увидит соотношение с собственными событиями



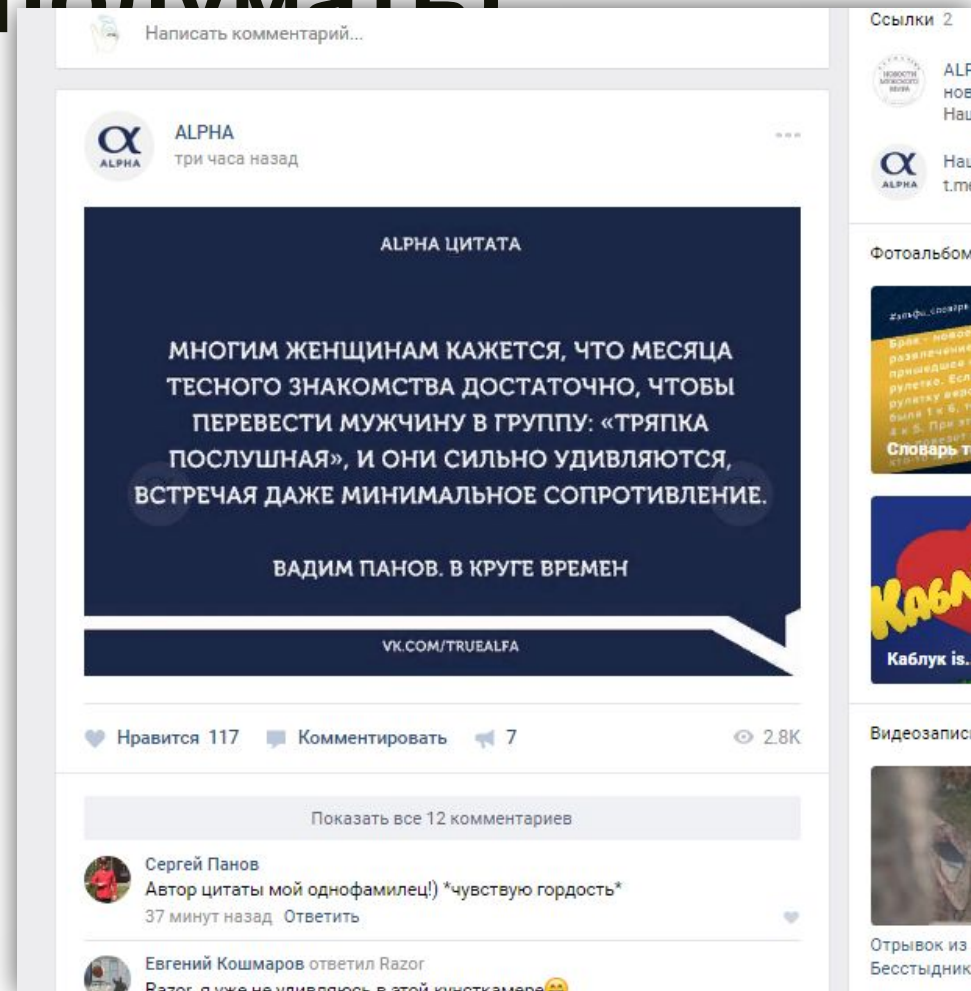


# Новая рубрика (#чтодумаешь?\#стоитподумать)

- Суть заключается в реновации формата цитат. Если в цитате мы находим соответствие своим взглядам, то в новом формате будет как раз призыв к раздумьям. «Пост-картинка» органично вписывается в ленту, требует минимальных действий пользователя, и занимает минимум времени. Нужно лишь разработать дизайн. Приблизительно до 7 строк, которые лаконично выражают мысль предшествуя вопрос. Важно, при возможности не задавать открытого вопроса по типу: «а как вы думаете?». Текст от начала должен выступать в роли мотиватора для раздумья

- Думаю вы много раз читая что-либо натыкались на интересные размышления и задавались по этому поводу вопросами, и это будет тем местом, где вы сможете поделиться этими размышлениями.

- Не обращайте внимания на пример, сообщество дно, но дизайнерский подход великолепен





# Интересные проекты

- Редкий пост (~1 в неделю) в котором кратко (3-4 строчками рецензии) описываем крутые проекты с ссылками и фото\видео.
- Считаю что развитие и поддержка подобных пабликов, которые нацелены на улучшение жизни людей в любом проявлении должны быть максимально популяризированы и мы можем этому посодействовать.
- Готов поспорить, мало кто из вас знал о проекте Nimses, Викиликс либо о том, что Проект Венера начинает строительство испытательного города.



# Переводы (новостная рубрика)

<https://www.cell.com/>  
<https://www.nejm.org/>  
<http://www.cochranelibrary.com/>  
<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/m/pubmed/>  
<https://www.theguardian.com/world/religion>  
<https://www.nbcnews.com/news/religion>  
<https://scitechdaily.com/>  
<https://sciencing.com/>  
<https://www.aaas.org/>  
<https://pentestmag.com/blog/>  
<http://www.hackinsight.org/news.html>  
<https://www.helpnetsecurity.com/>

Это далеко не полный список западных ресурсов.

С этих сайтов можно брать материал переводя и публикуя на русском языке, указывая первоисточник. Этот тип постов является одним из самых приоритетных для публикации, так как новизна – важнейший и редчайший параметр в пабликах нашего типа. Способ публикации определим позже (статья\пост)



# Ньюсджекинг



**Подробнее:**

<https://texterra.ru/blog/prakticheskoe-rukovodstvo-po-nyusdzhekingu-dlya-kontent-marketologov.html>

Ньюсджекинг — это использование новостных трендов для повышения узнаваемости публика

Маркетолог Дэвид Мирман Скотт, автор данного термина, так объясняет его смысл: «Горячие новости появляются в нашем сумасшедшем мире каждую секунду. В жизненном цикле каждого информационного сообщения существует определенный момент, когда маркетологи имеют возможность оседлать волну популярности важного события и использовать его тем или иным способом для продвижения бизнеса».

Из-за информационного шока жизненный цикл новостных сообщений постоянно сокращается. Большинство инфоповодов остаются актуальными в течение дней или часов. В исключительных случаях новости живут в течение недель. Поэтому присоединяться к информационным волнам нужно как можно раньше, чтобы полностью использовать их потенциал.

Обратите внимание на иллюстрацию жизненного цикла новостей.

# Дебаты

- Дебаты - это тот ресурс, который имеет, по моему мнению, высокую ценность. Эпизодичная публикация, выделяя этой рубрике отдельной место (определенный день). Можно так же создать фирменную обложку, что лишь предаст серьезности и отдельного места подобным постам. Никто не посвящал «дебатам» отдельных постов, однако сами дебаты – востребовательный контент.



"Большие Дебаты" - Хамза Тэортиз против Лоуренса Краусса Ислам или Атеизм? 1.542 просмотра

Другие видео





# Повторный контент

“ Курирование контента – сбор, систематизация и повторная публикация тематической информации. Эта деятельность является одним из методов контент-маркетинга. Некоторые компании, не имеющие ресурсов для создания собственного контента, реализуют маркетинговые стратегии исключительно с помощью курирования чужого контента.

- Мы можем использовать публикации других пабликов. Если мы говорим о пабликах типа «Нео» где отсутствует уникальный контент – то это позволительно, так как материал в подобных пабликах уже опубликован на «общих» условиях. Паблика типа: «КиберЛенинка» или «ПостНаука» создают свой собственный контент, указывая авторство. Подобный контент можно брать лишь перерабатывая (рерайтить) но при этом обязательно указывать первоисточник, такое поведение очень часто встречается в журналистике
- Повторный контент наших публикаций которые были уже размещены в «ПИ» разрешается и это нормальная практика, вопрос в периодичности (конкретнее в контент-плане)



# Авторские статьи

- Дело в том что авторские статьи в начале не будут пользоваться популярностью, так как паблик не будет иметь и 5 тыс. подписчиков. Считаю, что для того что бы и автор получил удовольствие (в плане фидбека) и контент получило максимальное кол-во людей, нужно достигнуть определённого кол-ва подписчиков. Я конечно говорю про ваши хайлайты, а не про постоянные статьи, думаю каждый из вас может выделить лучшие свои произведения и «очередные». Вы имеете право сами распределять выход своих статей, без моих советов.



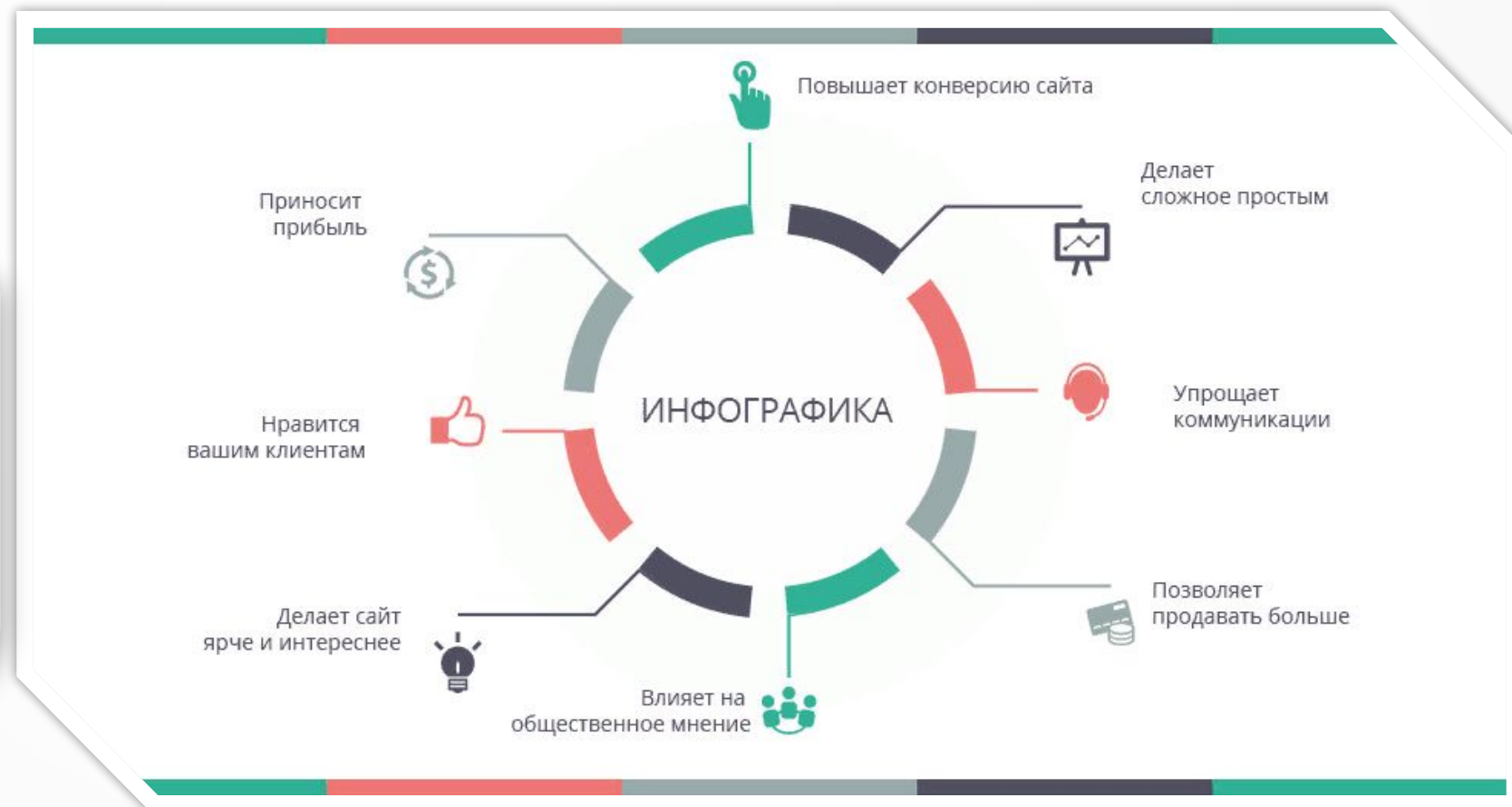
# Другие (менее рейтинговые) рубрики

- «Посты-ответы» либо наше мнения о каких то постах. Его суть заключается в перепосте какого-либо материала и написании комментария к нему, не путать с разоблачением.
- Подкаст. Не представляю какой еще письменный подкаст можно сделать и о чем он будет, ведь все возможные рубрики давно созданы, но подумать есть о чем.
- Анонс. Это отличный метод завлечь аудиторию очень коротким сообщением о ближайших «супер-постах» (уникальный переведенный пост либо даже авторский лонгрид) Эти методы будут работать скорее всего с базой постоянных подписчиков.
- Инсайды. Существует большое множество сайтов, каналов в тг, которые бесплатно распространяют интересные платные материалы на разные темы, такой материал будет так же полезен, однако нуждается в проработке политики действий (как этот материал брать, на что ссылаться и т.д.)



Инфографика, как ее использовать? Инфографику достаточно часто используют маркетологи в бизнес-сферах. Она проста, авторитетна, и достаточно точна. Интересно услышать ваше мнение, как можно применить данную технологию. Ниже оставил пару статей на эту тему, кого заинтересовало.

- [Перейти1](#)
- [Перейти2](#)
- [Перейти3](#)





# Не боимся мульти-аудитории

- Это рискованный шаг, однако его возможности нужно тестировать. Мы можем создавать контент не только о науке\философии но и добавлять контент о технологических инновациях, дизайнерских моментах и т.п.

Конечно такой материал будет самым редко опубликованным, однако имеет место быть анализируя реакцию.



# Виджеты для браузера

- **Pocket** - отличный сервис быстро сохранить крутой материал что бы позже вернуться к нему
- **Google Alert** – это сервис, позволяющий получать уведомления о новых публикациях по установленным вами ключевым запросам. Как он работает? Очень просто – вводим в поисковую строку интересующий вас запрос, выбираем частоту отправки уведомлений (по мере появления результатов; не чаще, чем раз в день; не реже, чем раз в неделю), источники (новости, блоги, видео, обсуждения и т.д.), язык и страну, указываем имейл, на который будут посылаться письма, и жмем кнопку «Создать оповещение». Все. Теперь на ваш почтовый ящик будут постоянно высылаться свежие материалы по выбранным ключевым запросам.
- **Google Trends** – показывает актуальные новости разных сфер жизни. Отличный виджет что бы узнать о вирусности новости на этапе зарождения (используют в ньюсджекинге)
- **Piktochart** – виджет для создания инфографики

# Ньюансы и запреты

- Запрещены любые публикации о политике, в любом ее проявлении. Паблик абсолютно аполитичен.
- Запрещен контент порнографического (не сексуального) характера. Исходя из издержек законодательства. Паблик ссылается на закон.
- Удалять посты редакторов можно при: а) при рассмотрении статьи видны недопустимые моменты, которые нуждаются в корректировке б) автор поста уведомлен о удалении поста заранее в) пост отобразился некорректно
- Паблик не банит подписчиков за маты, открытые оскорбления удаляются. Конфликты корректирует не допуская крайних точек спора (по возможности) либо оставляет обсуждения без вмешательства.
- Бан должен быть лишь крайним инструментарием для решения споров. (шовинизм\ксенофобию и т.д. пресекать удалением и ответом с просьбой быть сдержаннее. Рекламу других проектов удалять - отписывая (по возможности) что функционал «взаимного пиара» всегда доступен.
- Лояльно относимся к любым видам юмора.

# Бот

- На данный момент есть варианты по внедрению ботов, однако есть более качественные заменители: планировщики (отложенный постинг). До конца месяца я предоставлю вам информацию о вариантах внедрения разных систем, и мы сообща определим наилучшую для нас.

# Реклам

- **а**в контент плане вы увидите что этот месяц будет пробным (подробнее там). Но так же хочу отметить, что реклама паблика будет создаваться в ближайшее время, как таргетированная, так и посредством взаимного пиара. От редакторов не требуются никакие средства, однако если у вас есть контакты которые готовы помочь с распространением бесплатно либо по заниженной стоимости – скажите.