



МЕТОДИ ОФОРМЛЕННЯ ТЕКСТОВОГО КОНТЕНТУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

Васюта С.П., доцент, кафедра ІМТ, УАД
Хамула О.Г., професор, кафедра ІМТ, УАД
Дулька О.Б., аспірант, кафедра ІМТ, УАД

У сучасному цифровому середовищі соціальні мережі відіграють ключову роль у спілкуванні між брендами та їхніми клієнтами. Текстовий контент є інструментом для передачі повідомлень, формування думки та створення емоційного зв'язку з аудиторією. Адже вплив на аудиторію буде залежати від його оформлення.

Першим, що бачить користувач у дописі в соціальних мережах є заголовок. Його функція – привернути увагу і мотивувати продовжити читання. Розглянемо можливі підходи для вирішення такого завдання. Перш за все, заголовок повинен бути коротким і чітким, тобто передати основну ідею публікації. Ще одним підходом є формулювання заголовка як цілісної пропозиції. Він повинен обіцяти вирішення певної проблеми або досягнення конкретної вигоди. Використання чисел і статистики в заголовках створює відчуття конкретності та структури.

Основний текст у публікаціях соціальних мереж повинен мати чітку структуру, щоб його було легко читати та зрозуміти. Для досягнення такої мети потрібно розділити текст на короткі абзаци, де кожен абзац розкриває одну конкретну ідею. Це допоможе не перевантажувати читача суцільним блоком інформації.

Крім того, структурованість покращується за допомогою списків, які можуть бути як маркованими, так і нумерованими. Списки допомагають спростити читання, чітко виокремлюючи кожен пункт і даючи читачеві можливість легко зрозуміти головні ідеї. Лаконічність є ключовим фактором у текстах для соціальних мереж. Читачі, як правило, переглядають стрічку швидко, тому текст має бути максимально коротким і ясним.

Шрифтове оформлення відіграє ключову роль у сприйнятті текстового контенту соціальних мереж. Звичайний читач не помічає дизайну шрифтів, якщо він не відволікає від читання [1].

Наприклад, суворі квадратні форми шрифтів створюють враження ґрунтовності, важливості, авторитетності думки. Вони показують, що представлена інформація дуже важлива й слід звернути на неї увагу. Шрифти з прямими або витягнутими по вертикалі формами будови графем літер є найпоширенішими гарнітурами. Вони характеризують спокійний, діловий настрій і ніби запрошують обдумати прочитаний матеріал. Це нейтральний, практично універсальний вид шрифтів. Шрифти округлої форми асоціюються зі спокоєм, затишком і благополуччям. Їх варто застосовувати для оформлення, коли потрібно передати відчуття комфорту, надійності та впевненості. На відміну від квадратних форм графем літер, текст, який оформлений шрифтом



округлених форм, сприймається як добра порада чи рекомендація. Курсиви, особливо із зарубками, передають відчуття краси, легкості та витонченості. Будь-який шрифт, оформлений курсивним накресленням, психологічно спрощує інформацію, вона сприймається як менш важлива, тому що жирне – її підсилює. Їх використовують для виділення та акцентування. Шрифти, які імітують рукописний текст, створюють відчуття автентичності та довіри. Їх варто використовувати тоді, коли потрібно передати ідею ексклюзивності, індивідуальності товару або послуги [1].

Знання та розуміння шрифтового оформлення сприяє перетворенню тексту на інструмент побудови композиції, надає характер та здатність передати ідею не лише за допомогою змісту, а й графічно [4].

Візуальні елементи відіграють важливу роль у текстах для соціальних мереж, оскільки вони роблять їх зміст більш зрозумілим, привабливим і допомагають привернути увагу читачів. Зображення є найпоширенішим візуальним елементом, адже здатні ілюструвати ті ідеї, які не завжди легко передати словами. Іконки служать символічним способом передати зміст тексту або спростити навігацію по ньому. Коли текст повідомляє про час проведення заходу, додавання іконки годинника допомагає читачам швидко ідентифікувати цю інформацію. Діаграми та графіки дозволяють ефективно ілюструвати дані та показувати тенденції або порівняння. Якщо йдеться про щорічне зростання продажів, то графік наочно демонструє динаміку і допомагає краще зрозуміти текстову інформацію [3].

Інфографіка, що поєднує в собі текст, діаграми та графічні елементи робить складні концепції зрозумілішими. Цитати та вирізки з тексту роблять ключові повідомлення більш помітними. Виділення фраз рамками або яскравим фоном підкреслює важливість головної думки [2].

Візуальні елементи мають доповнювати текст, роблячи його більш зрозумілим і привабливим. Баланс між візуальною та текстовою частинами допомагає ефективно донести зміст до аудиторії та підсилити головні повідомлення.

Створення ефективного текстового контенту для соціальних мереж є багатогранним процесом, який вимагає дотримання ряду важливих принципів і використання різних методів оформлення. Зрештою, поєднання їх дозволяє створити збалансований контент, який приваблює аудиторію своєю чіткістю, емоційністю та візуальною виразністю.

Список літератури

1. Васюта, С.П., Хамула, О.Г., & Куць, Я.Й. (2020). Технологічні особливості створення шрифтів для електронних видань: монографія. Львів: Українська академія друкарства.
2. Васюта, С.П., & Хамула, О.Г. (2022). Інфографіка та візуалізація даних: навчальний посібник. Львів: Українська академія друкарства.
3. Васюта, С.П., & Хамула, О.Г. (2017). Синтез моделі факторів композиційного оформлення інфографіки. Поліграфія і видавнича справа, 2(74), 59-65.
4. Хамула, О.Г., & Васюта, С.П.. (2022). Синтез моделі факторів шрифтового оформлення інфографіки. Поліграфія і видавнича справа, 1(83), 59-65.