

Как раскрутить учреждение в TikTok



Анна МИХАЙЛОВА, директор АНО «Идеи для музеев», PhD

Предлагаем руководство, чтобы заявить о своем учреждении в TikTok и заинтересовать новую аудиторию. TikTok бьет рекорды популярности среди социальных сетей, при этом аудитория платформы разнообразна: есть и подростки, и молодежь. Руководство позволит вашему учреждению конкурировать за внимание молодежной аудитории с лидерами TikTok.

Чем TikTok отличается от других соцсетей

В отличие от гигантов рынка – «ВКонтакте», «Одноклассники», «Фейсбук», – предназначенных прежде всего для общения с друзьями и в профессиональных целях, TikTok скорее является платформой для самовыражения. Сейчас в тренде просветительская функция. Популярные форматы – челленджи и флешмобы. TikTok ориентирован на вертикальный формат видео, так как эта сеть предназначена для смартфонов. В сервисе доступно три формата видео: 15 секунд, 60 секунд и прямые эфиры. Для TikTok важна тема и тематика контента. Например, тема – путешествия, тематика – экскурсии по городу.

Как подготовиться к запуску аккаунта

Прежде чем создавать аккаунт учреждения культуры, изучите социальную сеть как пользователь. Для этого зарегистрируйте личный

аккаунт и подпишитесь на разные профили. Проанализируйте их, чтобы взять в работу успешные методы продвижения. Например, посмотрите, как работают блогеры. Блогер [gu.libro](#) делает обзоры книг, а гид [vladslav_s](#) снимает динамичные ролики об интересных местах в Санкт-Петербурге. Проанализируйте, какие ракурсы съемки они выбирают, как выстраивают кадр, рассказывают истории.

Далее проведите аудит ресурсов: есть ли в штате специалисты, готовые активно работать с видео и сниматься. Для записи роликов подойдет смартфон с хорошей камерой. Чтобы создать контент, придется освоить навыки монтажа и наложения звука. Важно не забывать об основах построения кадра, драматургии и сторителлинге.

Как создать и продвигать аккаунт

Воспользуйтесь пошаговой инструкцией, которую вы получите далее из статьи.

Мнение практика

В TikTok появились культурные события

Екатерина Волкова, заведующая отделом по связям с общественностью Государственного музея истории религии



За полгода мирового локдауна TikTok повзрослел в плане контента и аудитории.

Если в начале года среди основных тенденций были песни, синхронизированные по губам, комедийные видео, вирусные мемы и видео на известные музыкальные композиции, то постепенно контент российского сегмента стал меняться. С середины года прочные позиции занимают короткие познавательные видео

на разную тематику. По данным сервиса, среди «Проектов, вдохновивших наше сообщество» на третьем месте находится акция #КультурныйTikTok.

Акцию провели совместно с просветительским проектом «Культура.РФ».

Пользователи смогли присоединиться к онлайн-турам и познакомиться с экспозициями ведущих музеев страны.

Рис. 1. Аккаунт музея от имени персонажа



Шаг 1. Придумайте концепцию аккаунта. Ответьте на вопросы: что, для кого и зачем хотите показать. Не раскрывайте сразу всю деятельность вашего учреждения. Выберите одну тематику и нишу внутри нее. Это важно, чтобы привлечь первую аудиторию, которая может узнать об учреждении в ленте. Ведущим может стать один сотрудник, который будет рассказывать что-то предметное. Например, музеи города Юрьевец делятся информацией об экспонатах и буднях сотрудников.

Шаг 2. Зарегистрируйте аккаунт на электронную почту учреждения. В качестве аватара можно использовать логотип или изображение персонажа, если от его имени будете вести канал. Например, в Военно-медицинском музее канал ведут от имени Чумного доктора – посмотрите рисунок 1.

Придумайте название аккаунта, которое отражает ваше учреждение культуры. Это может быть краткое название вашего учреждения, как, например, у Дарвиновского музея, – рисунок 2.



Рис. 2. Аккаунт Дарвиновского музея

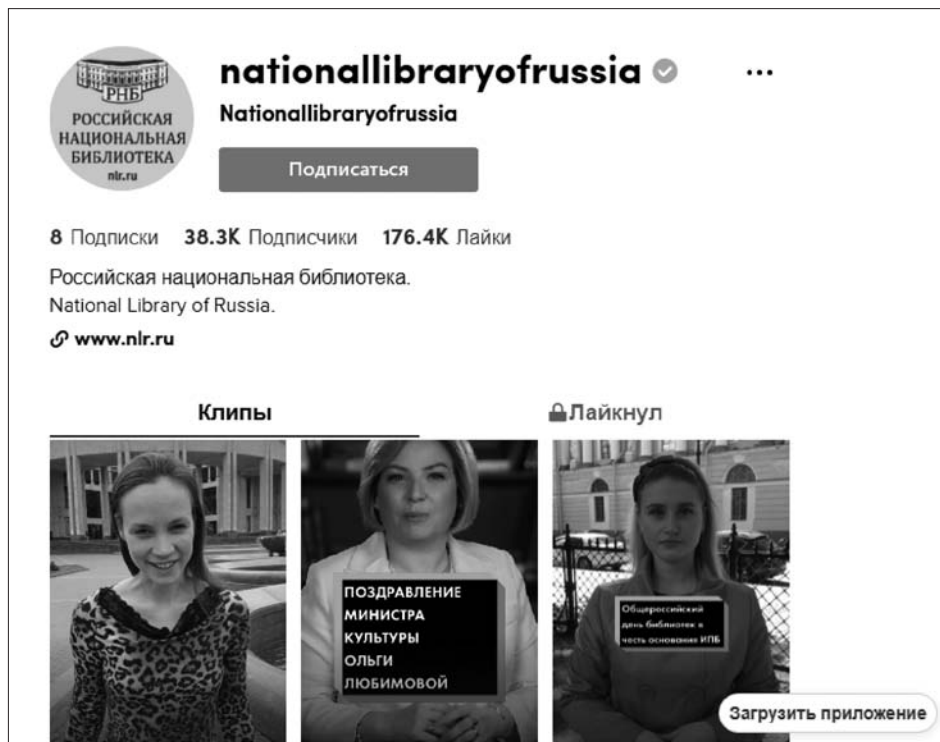
Добавьте описание содержания аккаунта. Чтобы видеть статистику видео, выберите тип аккаунта – автор.

Шаг 3. Загружайте видео. В первые два-три месяца – не менее двух видео ежедневно. Это нужно, чтобы соцсеть проанализировала аккаунт и показывала его пользователям.

Шаг 4. Подведите результаты за первый месяц, выявите наиболее удачные ролики. Решите, как продолжить работу в социальной сети. Выберите формат, который подойдет вашему учреждению.

- 1 Следование за трендом: например, наложение актуальной музыки или звукового фрагмента в соответствии с тематикой аккаунта.
- 2 Заимствование нескольких фрагментов видео из других источников с наложением музыки, отражающей тематику аккаунта.
- 3 Использование персонажа для рассказа историй и раскрытия темы.
- 4 Монологи по узкой теме, в кадре – лицо ведущего аккаунта.

Рис. 3. Аккаунт библиотеки



Пример

Российская национальная библиотека создала аккаунт весной 2021 года. Ведущие – сотрудники различных подразделений библиотеки – рассказывают об истории, традициях, культуре, открывают фонды и внутреннее устройство старейшей библиотеки России. Посмотрите рисунок 3.

Ролик Российской национальной библиотеки про редкие фотографии Максима Горького собрал четверть миллиона просмотров.

Читайте также: «Инстаграм»: как раскрутить аккаунт → e.rukulturi.ru/887258

Кадры

**Манипуляции декретников.
Не дайте себя обмануть → 34**

**Пять заблуждений, из-за которых
учреждения нарушают кадровые
процедуры → 42**

**Как обновить персонал
библиотеки, чтобы превратить
ее в современный
культурный центр → 46**

**Блицконсультации.
Какую ставку определить
совместителю, когда продлевать
отпуск, как установить
ненормированный рабочий день
и сколько выплатить суточных? → 50**

**Чек-лист. Какие документы
оформить при увольнении
нерадивого сотрудника → 54**

