



Яблоко



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЕ

*Практическое руководство
для партийных лидеров и активистов*

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ЕЖЕДНЕВНОЙ РАБОТЕ

*Практическое руководство
для партийных лидеров
и активистов «ЯБЛОКА»*

Москва 2016

Авторский коллектив

*Алексей Доманов
Мария Епифанова
Алексей Карнаухов
Максим Круглов
Виталий Резников
Егор Решетов
Игорь Яковлев*

Под общей редакцией

Игната Калинина

Особые благодарности

*Александрю Гнездилову
Николаю Рыбакову*

ОГЛАВЛЕНИЕ

ДЛЯ ЧЕГО НУЖНА РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. СТРАТЕГИЯ РАБОТЫ В ИНТЕРНЕТЕ	6
О ЧЕМ ПИСАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ (КАК СОЗДАТЬ КОНТЕНТ)	8
КАКИЕ ЕСТЬ СЕТИ, И С ЧЕМ ИХ ЕДЯТ	18
<i>Особенности социальных сетей</i>	<i>19</i>
<i>Вконтакте (VK)</i>	<i>19</i>
<i>Facebook (FB)</i>	<i>20</i>
<i>Одноклассники</i>	<i>22</i>
<i>Twitter</i>	<i>23</i>
<i>Instagram</i>	<i>25</i>
<i>Живой Журнал (ЖЖ)</i>	<i>26</i>
<i>Periscope</i>	<i>26</i>
<i>Примеры оформления материалов</i>	<i>26</i>
ДРУЖБА С СООБЩЕСТВАМИ	30
НОВОСТНОЕ СООБЩЕСТВО МАЛЕНЬКОГО ГОРОДА – ВАШЕ ЛИЧНОЕ ЛОКАЛЬНОЕ СМИ.....	31
ПРАВИЛА КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ В СЕТИ АКТИВИСТОВ «ЯБЛОКА»	35
КАНДИДАТЫ – ПРИМЕРЫ ПРЕЗЕНТАЦИЙ В СОЦСЕТЯХ	36



Эмилия СЛАБУНОВА

*Председатель
партии «ЯБЛОКО»*

Уважаемые коллеги!

В условиях информационного вакуума, цензуры, отсутствия независимых СМИ, для нашей партии становится жизненно важным донести идеи до наших избирателей всеми возможными способами.

Магистральный способ, актуальный для всего мира, который есть и у нас, и который мы используем пока не в полную силу – работа в социальных сетях.

Аудитория соцсетей огромна и постоянно растет, там нет цензуры, а главное, с помощью этого инструмента мы можем стать ближе к людям и понятнее нашим избирателям.

В социальных сетях мы можем простым языком объяснить наши сложные позиции, распространить информацию о нас по миллионам избирателей, выглядеть респектабельно и современно. Во всем мире социальные сети играют важнейшую роль в политике, и мы должны воспользоваться этими возможностями.

В этой брошюре доступным языком написано, как это сделать.



Николай РЫБАКОВ

*Заместитель председателя
партии «ЯБЛОКО»*

Дорогие друзья!

Социальные сети – новые качественные инструменты для донесения наших позиций до избирателя, новый язык общения со сторонниками, имиджевое представительство в интернет-пространстве.

Аудитория активных пользователей Социальных сетей в России очень большая (в скобках – число активных, производящих собственный контент или делающих репосты пользователей): «ВКонтакте» – 46,5 (18,8 млн.), Instagram – 12,5 (10,6 млн.), Twitter – 7,4 млн человек, Facebook – 21млн. (1,5 млн.). И она постоянно растет.

В условиях информационной цензуры и блокады, интернет и социальные сети становятся ключевым каналом связи с избирателем. При этом и в странах с развитой демократией и отсутствием цензуры их значение для коммуникации с избирателем нельзя переоценить.

Результатами использования живого, качественного, современного, систематически распространяющегося интернет-контента достигаются важные для партии цели:

- растет электоральная поддержка;
- повышается престиж партии/регионального отделения;
- расширяется приток новых сторонников;
- партия соответствует современным мировым информационным тенденциям.

Потребности в активизации процессов внутрипартийного общения, налаживания горизонтальных связей, сетевого взаимодействия внутри партии во многом также удовлетворяются широким использованием социальных сетей.

ДЛЯ ЧЕГО НУЖНА РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ. СТРАТЕГИЯ РАБОТЫ В ИНТЕРНЕТЕ

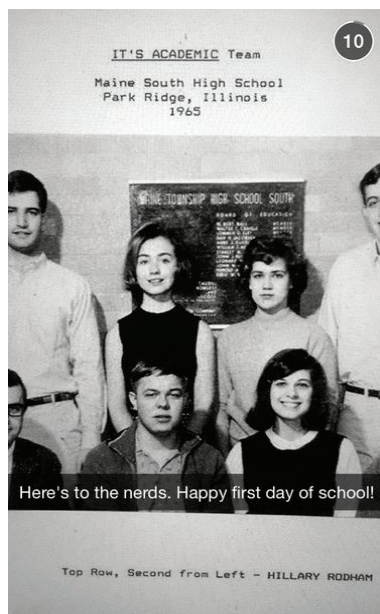
За последние десять лет сначала социальные сети, а потом и выделившиеся из них мессенджеры стали одним из основных средств общения, наряду с телефонными звонками и электронной почтой. Люди живут и работают внутри этих интернет-средств и уже не представляют себе жизни без них – некоторые даже лечатся от зависимости. Это удобно, актуально, практично и помогает донести необходимую информацию до требуемого круга лиц. В социальные сети «мигрировали» средства массовой информации, все мыслимые мировые бренды, звезды спорта и экрана. А значит там должны быть и политики – иначе они просто не будут понимать своих избирателей, а те, в свою очередь, не будут о них знать.

По тому, как выстроена работа в основных соцсетях, судят о состоянии партии – насколько она «жива». Если работа в них выглядит современно, мобильно, актуально, используется специальный «клиповый» язык интернета – то партия (региональное отделение) в глазах избирателей, журналистов становится привлекательной, распространяется больше информации и в организацию приходит больше людей.

Важнейший принцип распространения наших позиций в интернете – сетевое распространение, строящееся «от человека к человеку».

Чтобы сеть заработала, контент должен быть такого качества, чтобы человек с удовольствием им поделился. На странице «Яблока» в основных соцсетях такой публикуется ежедневно. Но важно не просто автоматически использовать его, но и давать ему свою оценку, а также, ориентируясь на него, создавать свой.

Кроме того, необходимо систематически распространять информацию о партии, о ее деятельности, о ее позициях. Информация распространяется на знакомых, дальше – на их круг общения, и



Пример: Хилари Клинтон публикует свое старое школьное фото, сопровождая пост текстом поздравления школьникам.

так далее. При наличии качественного контента – начинает работать принцип «сарафанного маркетинга», о «Яблоке» начинают говорить и партия становится фактором интернет-пространства, что на выборах конвертируется в поддержку избирателей при голосовании.

Таким образом, если в распространении своих позиций Партия работает как единый организм, то в условиях блокады электронных СМИ интернет-распространение становится одним из важнейших инструментов информирования избирателей.

В рамках общения с избирателями в соцсетях партия получает возможность показать себя с неформальной, неофициальной стороны. Показать, что активисты и лидеры партии могут разговаривать не «сухим» языком пресс-релизов и заявлений, а языком, комфортным интернет-пользователю.

Вот что говорят американские ученые о сути использования социальных сетей (<http://www.cio.com/article/2976083/social-networking/why-social-media-could-swing-the-2016-presidential-election.html>): «Как правило, для избирателя вопрос состоит в том, на сколько он себя комфортно чувствует с этим политиком? Доверяет ли он этому политику? Хотел бы он выпить пива с этим политиком? И Социальные сети – самый подходящий способ для политика эти качества продемонстрировать».

О ЧЕМ ПИСАТЬ В ИНТЕРНЕТЕ (КАК СОЗДАТЬ КОНТЕНТ)

Не устанем повторять: успех в социальных сетях зависит от качества предлагаемого нами контента. Он должен быть оригинальным и соответствовать определённым правилам.

Для регионов самым перспективным и успешно распространяемым является региональный контент.

Возможные виды регионального контента

- ***Позиция регионального отделения (или лично председателя) по актуальной региональной тематике.***

Значимое региональное событие (вырубку леса, ситуацию в ЖКХ, закрытие завода и т.п.) достаточно легко прокомментировать с точки зрения партийной позиции.

Следите за информационной повесткой дня, умейте определять, что именно сегодня волнует других пользователей, о чем пишут в местных газетах, порталах, форумах. Совсем не обязательно реагировать на каждый информационный повод, тем более официальным заявлением региональной организации. Но при этом никто не мешает вам сделать менее формальный комментарий в социальной сети, отразить взгляд на ситуацию в соответствии с основными ценностями и позициями партии.

- ***Обращение председателя регионального отделения в органы власти по проблеме региона, локальной проблеме или по проблеме конкретного человека.***

Составляется обращение в органы власти по решению какой-то проблемы (вырубка, ЖКХ, решения органов госвласти или плохо работающий детский сад). Такое обращение – уже политическое действие, которое необходимо отражать и тиражировать в социальные сети. Выкладывается само обращение с кратким описанием сути и комментарием.

- ***Переработанный для соцсетей партийный пресс-релиз или анонс события***

Важно! При распространении эксклюзивного регионального контента (ваше заявление, комментарий, позиция), необходимо пробовать его продвижение в сторонних региональных группах соответствующей тематики. Составьте перечень тематических пабликов вашего региона (например, «велодвижение Екатеринбурга», «экология Саратова», «многодетные матери Читы» и т.п.). При публикации вашего заявления попытайтесь его распространить по группам, которые тематически совпадают с этим заявлением. Для этого потребуются переговоры с модераторами этих сообществ. В ходе переговоров, вы можете предложить модератору

сообщества разместить информацию о них, об их деятельности в наших партийных федеральных аккаунтах, что, как показывает опыт, может их заинтересовать. Таким образом вы предлагаете им взаимовыгодное сотрудничество по распространению контента, «информационный бартер»: региональные паблики публикуют вашу информацию, мы публикуем их информацию на федеральном уровне. Не забывайте и о других формах сотрудничества: вы можете помочь – провести публичные мероприятия, выпустить заявление реготделения, защищать их требования и предложения в ходе предвыборной агитации, а в случае успеха и в выборном органе.

Специально созданный контент для соцсетей

Даже при отсутствии систематических политических реакций регионального отделения на информационные поводы, процесс производства специального контента для соцсетей достаточно прост и не занимает много времени.

Виды специального контента для социальных сетей

- **Статистические, исследовательские материалы.**

Могут готовиться как интернет-инструктором, так и активистом (анализ социального положения, распределения бюджета, экологических данных, etc).

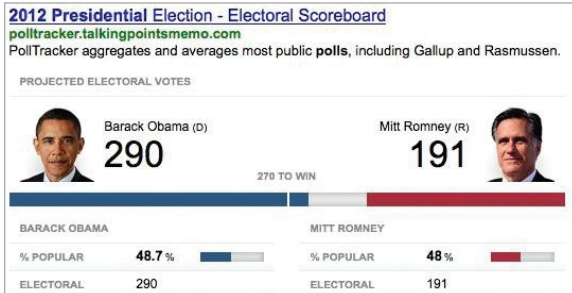
Если вам понравился чей-то чужой пост с такими данными, то – предварительно взвесив все «за» и «против» – можно поделиться им на своей странице. В этом случае даётся 2-3 вводных предложения, коротко описывающих основную мысль, ссылка на публикацию, броская картинка, иллюстрирующая материал.

- **Публицистические материалы просветительского характера на близкие партии темы. Вот несколько примеров для вдохновения:**

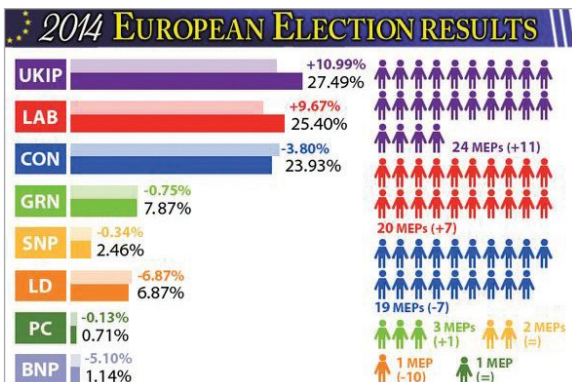
«Выборы – выбор есть!»

материал об опыте проведения выборов в разных странах: особенности проведения кампании, расклад сил, победители/оппозиция.

Такой материал мог бы нести просветительскую функцию, приучая граждан интересоваться выборами.



Пример: картинка с анализом популярности кандидатов в президенты США



Пример: картинка с результатами выборов в парламент ЕС

«Самая наглая закупка недели»


поиск и краткое описание с иллюстрацией государственной закупки чиновников, выходящую за пределы приличий и здравого смысла. Ищется в стандартных поисковых системах и на официальном сайте госзакупок <http://www.zakupki.gov.ru>).



«Практика увольнения иностранных чиновников»

Просветительский материал о том, за какие смехотворные по нашим меркам «провинности» иностранные чиновники уходят в отставку. Например, польский министр за то, что не указал в декларации часы за 1000 евро. Информация ищется в стандартных поисковых системах по ключевым словам (например, «вынужден был уйти в отставку»).

Желательно подавать такой материал в сравнении с «наглостью» и безнаказанностью чиновника вашего региона.




Партия ЯБЛОКО
В феврале 2009 года в политической жизни Германии произошло событие, от которого бы ахнула вся Россия, если бы узнала.

Министр транспорта земли Северный Рейн-Вестфалия Оливер Витке превысил скорость на 59 километров – нарушение зафиксировали камеры.
Моментально был оштрафован на 175 евро, и лишен прав на два месяца.

А потом он просто ушел в отставку, сказав: «Я не сумел быть примером для подражания в глазах избирателей. Я не имею права подрывать имидж Христианско-Демократического Союза».

То как чиновники относятся к своей власти - важный показатель здоровья общества. Дорожат ли они своей репутацией, чувствуют ли свою ответственность перед своим работодателем – гражданином? В России будут так же.

#этореально@yabloko_ru



«Европейский путь»

Просветительский материал, описывающий, как принято решать те или иные проблемы в странах Запада (например, организация велодвижения, забота об экологии, социальные пособия или забота о детстве). Такого рода материал подается в рамках программной концепции «европейского пути развития», принятого партией.

Желательно подавать такой материал с привязкой к региональной проблематике: «а как у нас?»

«Эта дата в истории», «Памятная дата»

Согласно предварительно составленному календарю коротко описывается историческое событие, произошедшее в этот день (как позитивное, так и трагическое) в вашем регионе. Событие может быть знаковым для региона, города, района, партии (история, трагическая/успешная/символическая дата).

Аналогичный контент, но уже федерального охвата (знаковая дата для России или мировой истории) размещается в федеральных аккаунтах «Яблока» – можно делать репосты.

 **Партия ЯБЛОКО**
А еще сегодня Международный день освобождения узников фашистских концлагерей.

В этот день вспомним сэра Николаса Уинтона, который спас 669 детей евреев от фашистского концлагеря. В 1938, по чистой случайности находясь в Праге, Уинтон практически в одиночку создал программу по вывозу детей из Чехословакии в приемные семьи Англии, которых иначе неминуемо ожидал концлагерь. 14 марта 1939 года первый поезд с 20 детьми покинул Прагу. Николас Уинтон и его товарищи организовали восемь таких поездов, на которых вывезли оставшихся детей.

Сэр Уинтон всю жизнь хранил эту тайну, о ней стало известно лишь в 1988 году после того, как жена Уинтона обнаружила его записную книжку 1939 года с адресами английских семей, принявших спасённых детей.

Этот удивительный человек скончался в 2015 году в возрасте 106 лет.



«Рассказы из жизни партии от первого лица»

Председатель регионального отделения делится яркими воспоминаниями из партийной жизни. Важно соблюдать живость описания и краткость.

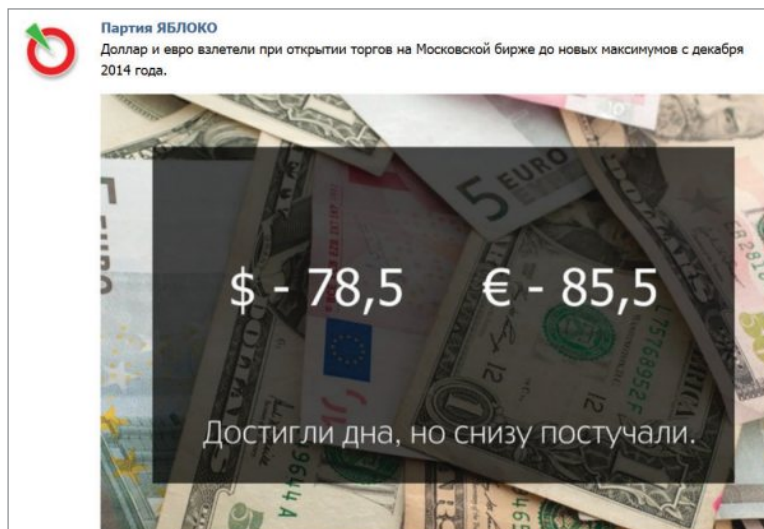
Инициирование дискуссий, опросы подписчиков

Не забывайте, что следует не только в обязательном порядке отвечать на любые сообщения, которые вам присылают сторонники (действующие и потенциальные), но и инициировать общение через опросы, предложения обсудить важные темы.

Инфографика по ключевым региональным темам

«экономика региона», «рост цен», «госзатраты», «коррупция», экология, ЖКХ, бюджет и другие.

Картинка делается с привлечением дизайнера – наверняка ваши сторонники или знакомые помогут вам найти такого (стоимость такой картинки – 100 р.). Возможно размещение небольшого текста, описывающего проблему.



Пример минималистской картинки по резонансной теме с иллюстрацией курса доллара и кратким комментарием.

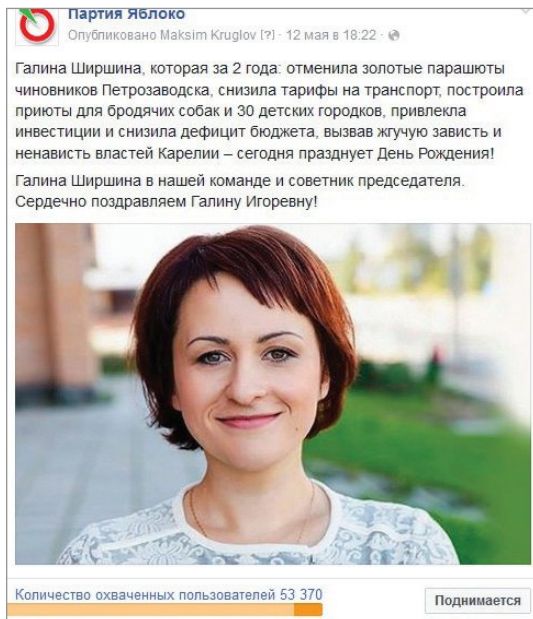


! Пример "цифры дня по актуальной теме"

Легкий неформальный контент, описывающий культурные события региона

Может касаться как деятельности партии, так и сфер, близких «Яблоку». Деятельность партии – неформальное описание действий председателя, лидеров отделения: впечатления о культурных событиях, рассказ о курьезных случаях, отзыв о фильме, публикация музыкального видео, рассказ об историческом событии и др.

Помните, что увлекаться федеральным контентом не стоит. Оптимальное соотношение федерального/регионального контента для соцсетей региональных отделений выглядит примерно как 30/70%, в пользу местной проблематики.



! Пример неформального описания одного из лидеров



Партия ЯБЛОКО

Оказывается, в уничтожении знаменитого барельефа Мефистофеля в Петербурге виноват... бездомный бизнесмен.

Он заплатил штраф 664 тысячи рублей.



Ъ-Санкт-Петербург - За Мефистофеля расплатились

Пример: перепост статьи «Коммерсанта» с ироничным комментарием (темой барельефа Мефистофеля занималось Санкт-Петербургское региональное отделение).

Значимый и важный для партии федеральный контент – самые важные новости и заявления – следует распространять синхронно, через сеть социальных аккаунтов партийцев. Уведомление и напоминание о выходе подобного контента, обязательного к широкому распространению, будет реализовываться через возможности системы «интернет-партии».

Основные критерии, которым должен соответствовать публикуемый контент следующие (*снабжены примерами из федеральных аккаунтов «Яблока»*):

- **Клиповость языка для социальных сетей (информация подается коротко и наглядно).**

Не привлекает внимание слишком подробная, не позитивная информация. В интернете распространяют то, что изложено просто, отражает интересы человека и помогает ему жить – т.е. является для него полезным с точки зрения конкретных знаний или развития личности. Большинство людей не читают информацию в социальных сетях, а просматривают «наискось». А значит надо подавать её так, чтобы ухватить её можно было фактически за секунду-другую.

- **Контент, удовлетворяющий нашим партийным позициям.**

Любой публикуемый вами контент не должен противоречить программным позициям и ценностям нашей партии – а значит вы должны знать эти установки «на зубок».



Пример "клиповой" картинки



Картинка, объявляющая конкурс на лучший слоган для "Яблока"



Наглядная картинка, коротко описывающая достижение



Картинка, иллюстрирующая новость о введении акцизов и повышении цен. Текст к картинке: «С 1 апреля в России вырастут налоги. Из-за этого будут расти цены — и это ударит по карману большинства граждан».



- Визуализация: качественный графический дизайн.**

Таким образом, контент производить достаточно легко, много ресурсов не затрачивается (При отсутствии возможности привлечь дизайнера для изготовления картинок, пишите на почту: kruglov_m@list.ru. Мы поможем сделать картинку силами отдела по работе в социальных сетях).

КАКИЕ ЕСТЬ СЕТИ, И С ЧЕМ ИХ ЕДЯТ

Если есть возможность, то вести свои аккаунты надо во всех основных социальных сетях – ВКонтакте, Facebook, Одноклассники и Twitter. Ваши друзья, родственники, сторонники, журналисты, блогеры и потенциальные избиратели должны знать, что вы являетесь членом партии и поддерживаете её деятельность, и через вас получать информацию о её позиции.

Публикуемые материалы желательно изменять под каждую социальную сеть. Если это касается группы регионального отделения, то не забывайте дублировать новости партийных групп во все социальные сети.

Если это касается ваших личных аккаунтов в социальных сетях – пишите то, что кажется важным лично вам, делайте перепосты и ретвиты из групп партии (федеральной и вашей региональной). Полезно делать перепосты ваших однопартийцев или групп общеполитической направленности, актуальные новости с вашей личной оценкой. Но не превращайте ваши страницы исключительно в поле политической битвы – всем будет интересно узнать, что вы живой человек, с разнообразными интересами.

Оформление группы регионального отделения должно быть построено по нескольким правилам:

1. **Название** – используйте название вашего региона и название партии, например, «Тверское ЯБЛОКО», «Псковское ЯБЛОКО», «Воронежское ЯБЛОКО» и т.д.;
2. **Фотография (аватарка)** – логотип партии и название регионально-го отделения;
3. **Описание** – краткое описание вашего сообщества (типовое описание – в приложении).

Тверское ЯБЛОКО официальная группа	
Описание:	Тверское региональное отделение демократической партии ЯБЛОКО. Идеология, новости, аналитика, партстроительство. Вступайте в самую интеллектуальную группу о Тверской политике.
Веб-сайт:	http://tver.yabloko.ru
Местоположение:	Тверь

! Оформление группы регионального отделения

Особенности социальных сетей

В Вконтакте (VK)

VK – самая молодая аудитория: 70% пользователей младше 35 лет, 19% от общего числа – школьники или студенты. Агрессивная и саркастичная аудитория.

95% аудитории аполитично, но может обращать внимание на интересный контент. Нужно стараться делать уникальный контент: писать следует не столько о партии, сколько о региональных проблемах.

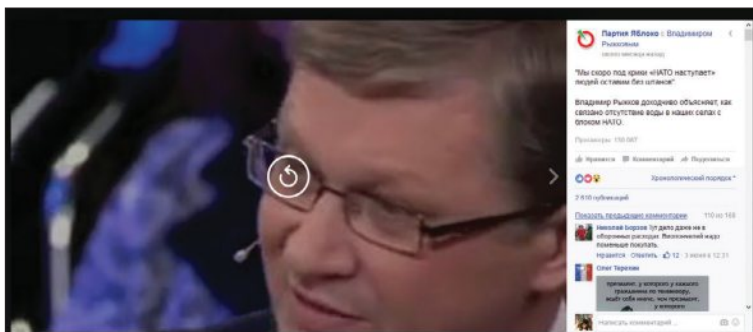
Не важно, где вы делаете публикацию – на своей личной странице, в группе регионального отделения или в любой другой группе. Основное правило оформления материала:

Текст + картинка. Картинка (800x525px) + текст один или два коротких абзаца + ссылка при необходимости. Возможно прикрепление аудио или редкое использование хештегов внизу (только действительно важных хештегов, чтобы не засорять страницу). Не пишите заглавными буквами, это отталкивает и раздражает читателей. Выделять таким образом изредка можно только самые важные моменты. Ссылка внизу поста прикрепляется без картинки (предварительного просмотра).

Оформление

Краткость – сестра таланта. Желательно, чтобы первый абзац был короче второго, пара предложений, кратко описывающих суть поста. Между абзацами рекомендуется пропускать строчку. Второй абзац должен чуть шире раскрывать смысл (три-пять предложений).

Видео-ролику нужно давать короткое название, отражающее суть; предварительно загружать в группу или сообщество – тогда при публикации, видео будет выглядеть корректно. Под описание поста с фото и видео отводите один короткий абзац.



Чтобы группы в VK имели влияние, в них должно состоять как можно больше человек. «Раскручивать» свои группы можно по следующей схеме:

- создать группу как непубличную страницу и опубликовать несколько постов, после чего пригласить в группу своих друзей (не более 40 человек в день);
- найти Вконтакте всех членов регионального отделения партии и попросить каждого из них вступить в группу и пригласить всех друзей;
- найти местных журналистов, пишущих на политическую тематику – их тоже стоит пригласить. Можно написать лично, что это официальная группа РО и в ней будет интересная эксклюзивная информация;
- после того, как все журналисты и основной актив вступят (100-200 чел), следующим шагом станет изменение типа группы на публичную страницу;
- попросить актив партии (написать лично или позвонить) ставить на своих страничках Вконтакте «местом работы» паблик РО.

Мотивируйте пользователей создавать контент. Вы и ваши пользователи – одна команда. Предложите подписчикам самим создать контент, воспользовавшись функцией «Предложить новость» (любой подписчик группы может предложить к публикации новость через эту кнопку). Объясните, что принимаете только подходящие тематике странице публикации. Регулярно просматривайте предложенные новости и некоторые публикуйте, выражая благодарность инициатору.

Специфика:

Основная аудитория группы вашего регионального отделения тут – это лояльные активисты и журналисты. Своего контента должно быть не менее 70% (до 30% можно набирать перепостами из федеральной группы ЯБЛОКА и других). **Не занимайтесь только политической пропагандой в группе!** Это основная причина, почему на партийные паблики подписывается мало людей. Рассказывайте о жизни вашего регионального отделения, пишите о вашем отношении к событиям в городе и регионе, делайте инфографику и т.д. Главная цель – получение перепостов и ваша репутация интересного и информативного паблика.

Facebook (FB)

FB – интеллектуальная аудитория.

Третья по популярности в России социальная сеть, аудитория около 23 млн (в месяц).

Место публикаций официальных заявлений политиков и чиновников и альтернатива традиционным СМИ.

Отличается плотной конкуренцией среди публикаций всей «либеральной интеллигенции» и региональных лидеров.

При ведении паблика РО в FB необходимо делать упор на авторский контент с хорошим оформлением, собирать «лайки» в т.ч. от региональных лидеров общественного мнения.

Основные этапы раскрутки в FB:

- создать фан-страницу (тип: политическая партия);
- пригласить всех друзей поставить лайк странице (выбираем только города из вашего региона);
- попросить активистов РО приглашать друзей (написать личные сообщения);
- для начального этапа необходимо набрать 30 «лайков» на странице (чтобы появилась статистика).

Специфика контента

- В FB не принято публиковать длинные тексты. Оптимальный размер статуса – 3-5 абзацев;
- Писать следует по принципу «перевернутой пирамиды»: самая важная информация, суть дела, идут в начале;
- Делайте отступы между абзацами, так удобнее читать (мы уже говорил об этом);
- Статусы с иллюстрациями привлекают больше внимания, следовательно, имеют больше шансов быть прочитанными;

При этом не стоит злоупотреблять картинками. Публикуйте иллюстрацию, когда она действительно уместна и оригинальна.

- В отличие от других соцсетей в фейсбуке не принято злоупотреблять фотоприколами, жабами, демотиваторами и пр.;
- Лучше использовать прямоугольные или квадратные иллюстрации, занимающие все поле под текстом. Размер для правильного отображения картинки: 1200 x 630 px;
- При использовании видео учтите, что чем короче видео, тем больше шансов, что его просмотрят;
- Видео, загруженные напрямую в Фейсбук имеют больше шансов на просмотр, чем ссылки на Youtube;
- Не лайкайте собственные посты, в фейсбуке это считается плохим тоном;
- Старайтесь лайкать важные посты однопартийцев, чем больше лайков – тем большее количество пользователей обратят на пост внимание;
- Лайкайте понравившиеся вам комментарии пользователей под вашими (и не только вашими) постами. Это правило хорошего тона);
- Писать следует регулярно: подумайте, о чем вы напишете завтра;
- Прикиньте календарь событий и памятных дат на месяц вперед (Википедия в помощь) и подумайте, вдруг среди них найдется повод для оригинального статуса;
- Не пишите глубокой ночью, когда все спят, или утром, когда никто еще не проснулся – ваш пост не увидят;
- Не пишите в выходные, праздники и вечером пятницы о серьезных вещах. Все хотят отдохнуть, а не обсуждать судьбы Родины. Лучше добавьте котиков в ленту. Еноты и панды тоже сойдут;

- Если пост важен, опубликуйте его в самое подходящее время (днем с 13 до 16 или вечером с 19 до 21);
- Перепост – размещение в своей хронике чужого статуса. Им не следует злоупотреблять, делитесь только действительно важными записями;
- Сопровождайте перепост собственным комментарием (текст над перепостом) с объяснением, почему вы решили поделиться этой записью, или вынесите в качестве своего комментария самую цепляющую цитату из материала, которым вы делитесь;
- С осторожностью распространяйте сообщения с просьбой о помощи, сборе денег и т.д. Это могут быть мошенники;
- Оперативно публикуйте партийные новости, чтобы стать главным источником информации о партии в вашем регионе;
- Провоцируйте аудиторию на реакцию: пишите (в меру) провокационные вещи, задавайте вопросы, проводите опросы, спрашивайте совета и т.д.;
- Не допускайте ошибок – орфографических, пунктуационных, стилистических. А так же – содержательных и политических ошибок (озвучивание позиций, идущий вразрез с программными установками и ценностями «Яблока»).



Одноклассники

Одноклассники – добрая и политически неискушенная аудитория. Как правило эти пользователи часто смотрят телевизор, подвержены пропаганде, поэтому «в лоб» агитировать против режима не рекомендуется. Сложная логика тут так же особо не работает. Но очень хорошо работает простая инфографика о конкретных фактах. Очень популярен контент с критикой местных властей – в городе плохо убрали снег, опрос «как вы относитесь к действующему губернатору» и так далее.

Оформление

То же самое, что и другие сети, только размер картинки 548x411px. Не использовать более 5 фото. Размер текста – всегда один короткий абзац. Если возможно (картинка/инфографика) – текст лучше вообще не писать.

Оптимальное время для публикации для всех социальных сетей – рабочее время суток (с 11:00 до 19:00). Лучший день для политических заявлений от имени регионального отделения – вторник. Вечером или в выходные дни можно публиковать общепросветительский (интересный для аудитории) контент.

Основной алгоритм раскрутки (пример: ok.ru/yablokotver):

- создайте и оформите группу, сделайте несколько постов;
- пригласите всех своих друзей;

- найдите через поиск группу вашего города, откройте вкладку «участники» и пригласите их подряд в вашу группу. Чтобы пригласить человека – наведите курсор на фото, подождите секунду, в выпавшем списке выберите «пригласить в группу», в открывшемся окне выберите вашу группу РО и нажмите «пригласить». Если ваша группа новая – то пригласить можно до 1000 человек в день, если старая, то не больше 100. Найдите несколько часов, включите музыку и покликайте по этим приглашениям.

Одноклассники – очень важная социальная сеть! Тут основная аудитория 35-70 лет, и 70% женщин – как раз те, кто ходит на выборы. А контент обладает очень высокой «просматриваемостью» (каждый «лайк» тут по сути равен перепосту).

Специфика:

Очень высокой популярностью пользуется контент о местных проблемах. Например, фото нечищенных от снега дорог или опрос «хорошо ли убирают снег в этом году в Твери» – может набрать тысячу «классов» и десяток тысяч просмотров.

Следует делать акцент на позитиве или критике местных властей. Часто люди пишут, что «вы получаете деньги из госдепа, а в 90-е страну разграбили» – надо им отвечать в комментариях и переубеждать.

Если делаете какой-то важный пост (например, видеоролик с заявлением председателя РО) – можно скопировать ссылку на запись в вашей группе и распространить её в группы вашего города и городов вашего региона.



Twitter

Что такое Twitter? Это социальная сеть, в которой можно опубликовать короткое сообщение в 140 символов. Сообщения будут доступны всем пользователям интернета.

Аудитория российского Twitter

7,4 млн. человек – аудитория Twitter в России в 2015 году.

1,6 млн. человек – число активных авторов.

Как пользоваться Twitter?

Размещаете сообщения:

- новость регионального отделения
- ваша реакция на события
- личная информация – по желанию

Не забывайте о хештегах, например, #Яблоко2016, #Явлинский2018. Хештег – это ключевое слово или фраза, перед ним ставится символ #. Хештеги используются в публикациях в социальных сетях для облегчения поиска сообщений по темам – аналог рубрикатора в библиотеках. В

результате ваш пост становится доступен людям с такими же интересами, даже если они не подписаны на ваши обновления.

Журналисты активно читают Твиттер, поэтому важное информационное сообщение от вас может стать новостью.

Твиттер можно использовать для репортажей с места событий, так как это самая оперативная и удобная соцсеть.

Подпишитесь на аккаунты партийцев, СМИ и других интересных вам людей.

Пользуйтесь функцией «Закрепить твит». Тогда выбранный вами твит будет закреплён вверху ленты. Это полезно, когда у вас есть какая-то особенно важная новость или видео, он останется в центре внимания.

Когда говорите о людях или организациях, у которых есть аккаунты, желательно указывать их через @. Например, @gr_yavlinsky. Тогда появится ссылка на них, что также отразится в ленте их аккаунта, что даст больше просмотров.

Пишите живым языком, не делайте сухие репосты и ссылки новостей. Лучше, когда за аккаунтом чувствуется живой человек.

Старайтесь разнообразить контент разными типами твитов:

- размещайте фото– и видеоматериалы. Для фотоотчётов можно пользоваться возможностью загрузить 4 фото в один твит. Для простого сопровождения новости можно использовать одно фото. Не забывайте про видео – это самый просматриваемый сейчас тип контента.
- Ретвит с цитатой — это хороший формат для комментариев или ответов на вопросы. Когда нажимаете на Ретвит, появляется текстовое поле, в которое можно ввести свой комментарий. Тогда ваши подписчики увидят и изначальный твит и ваш комментарий/ответ на него.
- закулисный контент: как работает партия — всё то, что не видят избиратели в повседневной жизни. Это могут быть и кадры с заседаний, и поздние посиделки, и подготовка печатной продукции и т.п. Если вы дадите избирателям возможность узнать о вас побольше, они могут к вам проникнуться большим доверием, увеличится лояльность. Но все в пределах разумного и приличного.
- Используйте формат «лайв твит» — живой твиттер-комментарий. Вы можете в режиме онлайн комментировать важные события, например, выборы или прямую линию президента. Не забывайте про хештеги.
- Отвечайте вашим читателям – особенно если это вопросы, касающиеся работы партии.

Важный момент: если вы просто отвечаете на твит, это считается твитом-ответом, и он не попадёт в вашу общую ленту. Он начинается со знака @. Если же вы хотите, чтобы ваш ответ увидели все ваши читатели, потому что он важен для всех, нужно чтобы твит начинался не с @. Обычно перед @ ставят точку. Пример: у вас спросили «В каком году основана партия?» Вы отвечаете, но так, чтобы сразу увидели все. Нажимаете кнопку ответить,

вставляете в начало твита точку: .@akahamlet. То же самое с обращением к другому аккаунту: если вы хотите публично обратиться к МИДу, нужно начать твит с любого символа, кроме @. Например: .@MID_RF, а как вы считаете...

- Читателям будет приятно даже если вы просто «лайкнете» их твит про вас. Для этого вы можете смотреть упоминания вашего аккаунта через вкладку Уведомления.
- Для удобства вы можете сформировать списки интересных для вас аккаунтов – это могут быть журналисты, депутаты и так далее. Пример: <https://twitter.com/TheDemocrats/lists> Список может быть открытым или закрытым (приватным). На списки можно подписываться.
- Опросы в Твиттере. Это делается довольно легко — нажмите на значок круговой диаграммы при составлении нового твита. В опросе может быть до 4 вариантов ответа. Можно задать продолжительность опроса.
- Твиттер-чат. Вы заранее анонсируете, что будете, например, в четверг в 18:00, отвечать на вопросы в Твиттере.

Через пару дней отвечаете на понравившиеся вопросы с упоминанием пользователя @., который задал этот вопрос.

Самый главный совет — продвигайте свой аккаунт в Твиттер и в офлайн, в реальной жизни.

Ваш аккаунт или хештеги мероприятия могут быть размещены на баннерах, на сцене, на печатной продукции, одежде и т.п.

Важно также помнить, что в Твиттере очень много самой разнообразной аудитории, в том числе и молодой, которая активно пользуется этой платформой. Если найти правильный тон общения с молодёжью, Твиттер может стать очень эффективным инструментом в работе партии. Доступ к этой аудитории зачастую можно получить только через Твиттер.



Instagram

Это социальная сеть по обмену фотографиями. Возможно использовать для продвижения политических идей и работы регионального отделения.

Инстаграм ориентирован на использование со смартфона – установите это приложение, подписывайтесь на интересных людей, аккаунт партии и партийных лидеров. Делайте интересные публикации (фото с телефона + описание), комментируйте публикации других людей и на вас будут подписываться люди (как привило журналисты и политически активные граждане).

Инстаграм ориентирован на использование со смартфона – установите это приложение, подписывайтесь на интересных людей, аккаунт партии и партийных лидеров. Делайте интересные публикации (фото с телефона + описание), комментируйте публикации других людей и на вас будут подписываться люди (как привило журналисты и политически активные граждане).



Живой Журнал (ЖЖ)

Это платформа для ведения блогов. Если вы хотите писать собственные статьи на какие-то актуальные политические темы – завести свой журнал будет полезно. Живой журнал удобен для размещения больших текстов (в отличие от социальных сетей) и иллюстрацией их большим количеством фотографий. Основной способ распространения материалов из вашего ЖЖ – размещение на него ссылки в социальных сетях.

В самом ЖЖ удобно оформлять текст – разделять заголовки, делать списки, вставлять таблицы и т.д. Это оптимальный формат для больших статей (больше 1000 знаков). Если у вас получится делать интересный блог – в платформе существует внутренний рейтинг и ваши материалы будут попадать в рейтинг. Ссылки на интересные статьи люди распространяют по социальным сетям – поэтому там возможно получать тысячи и даже миллионы просмотров.



Periscope

Новая платформа для трансляции видео. Можно использовать для трансляции заседаний руководящих органов регионального отделения, митингов и любых публичных акций. Ориентировано на использование со смартфона. Ссылки на трансляции удобно публиковать в твиттере.

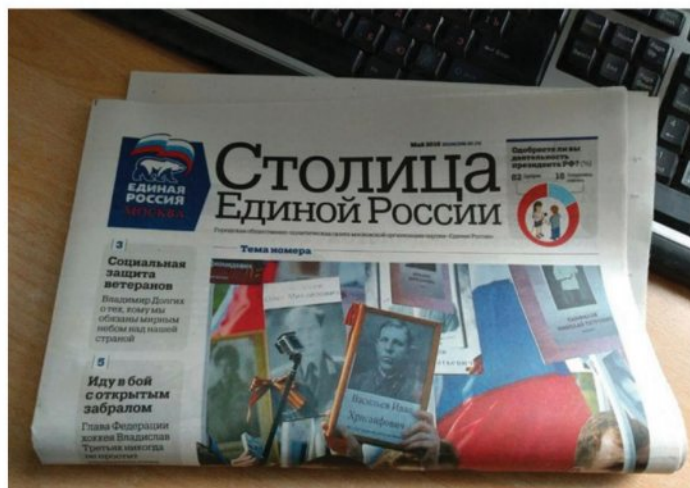
Примеры оформления материалов

В



Партия ЯБЛОКО

Все что нужно знать о политических опросах в России: 82% - одобряю, 18 - затрудняюсь ответить.



В**Партия ЯБЛОКО**

В этот день, 78 лет назад, в сталинском СССР был арестован великий советский физик Лев Ландау.

"Меня обвиняли в том, что я немецкий шпион. Год я провел в тюрьме, и было ясно, что даже еще на полгода меня не хватит: я просто умирал", вспоминал он.

Ландау освободили после того, как Сергей Капица написал письмо Берии. Он выжил, основал научную школу и получил Нобелевскую премию.

Так, вопреки усилиям сталинской системы, страна не лишилась своего будущего в физике. Точно так же счастливый случай не позволил сталинизму лишить страну триумфа в космосе, когда Сергей Королев чудом выжил в пересылке лагерных заключенных, опоздав на затонувший корабль.

**Григорий Явлинский**

@gr_yavlinsky



Читаю

По поводу "прогноза" Минфина до 2030 г.
Тренд российской экономики будет не
застойный, а понижающий [facebook.com
/yavlinsky.yabl](https://www.facebook.com/yavlinsky.yabl) ...

РЕТВИТОВ

10

ОТМЕТКИ «НРАВИТСЯ»

3



13:46 · 16 февр. 2016 г.



Ответить @gr_yavlinsky

OK



ЯБЛОКО - Тверская область

С Днём Рождения сегодня поздравляем Антона Владимировича Стамплевского, Уполномоченного по защите прав предпринимателей в Тверской области и заместителя председателя нашего регионального отделения! Желаем счастья, здоровья, профессиональных успехов и больших побед!



f

Николай Рыбаков говорит в лицо кандидату от «Единой России», по совместительству ведущему первого канала Петру Толстому, всю правду об их праймериз. Карусели, вбросы, подвоз людей и проигравший Пушков.

Рискнет ли ведущий - кандидат от "Единой России" снова позвать Николая Рыбакова?



Количество охваченных пользователей 305 287

[Показать результаты](#)

Просмотры: 40 тыс.

Нравится

Комментарий

Поделиться



900

Хронологический порядок ▾



Партия Яблоко

Опубликовано Maksim Kruglov [?] · 6 мая · 🌐

Пронзительное стихотворение фронтового поэта Семена Гудзенко.
Скоро День Победы. И мы должны помнить, какой ценой.



Количество охваченных пользователей 28 695

Поднимать публикацию

Просмотры: 5,5 тыс.

👍 Нравится 💬 Комментарий ➦ Поделиться

👤 Иван Большаков, Ольга Радаева и еще 128

Хронологический порядок ▾

212 публикаций



nikolayub...

Подписаться

27 отметок «Нравится» 20 нед.

nikolayubovok Проводим каждый день в Яблоке скоре с регионами по будущей избирательной кампании - Госдума, 36 региональных парламентов, МСУ и подготовка к выборам Президента РФ Яблоко выборы #партияяблоко #слабунова #рыбаков #apple #macbook

Войдите, чтобы поставить «Нравится» или прокомментировать.

ДРУЖБА С СООБЩЕСТВАМИ

Широкое распространение ваших материалов, возможно осуществлять при помощи «чужих» сообществ. Это, по сути, напоминает PR – только работаете вы не с журналистами, а с администраторами сообществ. Основная тематика сообществ, с которыми можно работать – группы СМИ вашего города/региона и общетематические группы вашего города и других городов (районных центров) в вашем регионе.

Если вы (как политик или гражданский активист) или ваше региональное отделение создает какой-то инфоповод – кроме стандартной рассылки пресс-релизов по местным СМИ, стоит опубликовать эту информацию в социальных сетях. Во-первых, вам нужно наладить контакт с администраторами крупных сообществ вашего города Вконтакте – такие может читать 20-30% населения региона. Если вы публикуете интересный материал – пишите им с просьбой сделать перепост или опубликовать предложенную вами новость.

В группы поменьше (сообщества районных центров) – вы можете предлагать информацию в «предложенные новости» и без контакта с администрацией. Вам потребуется сделать список районных центров вашего региона и через поиск по группам Вконтакте находить такие группы и публиковать там ваши новости. Помните, что этим приемом не стоит злоупотреблять. Делать такое распространение материала (например, заявление регионального отделения об экологических проблемах региона) лучше не чаще одного раза в месяц. Как правило, администрация сообществ публикует такие материалы охотно и бесплатно.

Предлагая сотрудничество администраторам сообществ, не забудьте сказать им о ресурсах партии, которые могут помочь в их деятельности: политическая поддержка, публикация их контента в наших федеральных соцсетях. Предложите им взаимовыгодное сотрудничество.

Вторая социальная сеть, с которой стоит работать в этом ключе – Одноклассники. Вам необходимо будет предварительно выписать все сообщества районных центров и найти их через поиск по группам в Одноклассниках – и вступить в них. Потом, после публикации подходящего по тематике этих групп материала на вашей персональной страничке или в группе вашего регионального отделения, нужно будет нажать на иконку «поделиться записью», выбрать раздел «опубликовать в группе» и из списка по одной выбрать все соответствующие группы, отправив таким образом в них свой материал. Занимает это всего несколько минут, но органический охват вашей записи будет несколько тысяч или даже десятков тысяч просмотров.

НОВОСТНОЕ СООБЩЕСТВО МАЛЕНЬКОГО ГОРОДА – ВАШЕ ЛИЧНОЕ ЛОКАЛЬНОЕ СМИ

Принципы ведения групп «Граждане города X»

Основная миссия таких сообществ – развитие гражданского общества в малых городах и продвижение партии. Мы должны рассказывать людям об общественной жизни их города, о его проблемах и истории, мы должны мотивировать людей проявлять большую гражданскую активность в своей жизни. Всё это можно использовать для офлайн-партстроительства – вербовки самых активных членов группы в партию, поиск кандидатов на местные выборы и агитацию жителей города за нашу партию.

Найдите одного активиста, который будет плотно заниматься данным проектом в конкретном городе вашего региона (мы делаем данный проект только для городов с населением от 10тыс до 100тыс человек). Естественно, необходимо, чтобы этот человек жил в этом городе, сам знал о его новостях и проблемах. Очень хорошо предложить данный алгоритм уже существующим местным и первичным отделениям партии в таких городах.

Алгоритм создания и раскрутки группы:

1. Поиск активиста, который готов тратить на данный проект 10-20 минут своего времени в день. Необходимо заинтересовать человека и получить его подтверждение о том, что он готов заниматься проектом.
2. Создание группы Вконтакте и в Одноклассниках с названием «Граждане X» (например, Граждане Торопца). Оформление: аватарка и описание. Во Вконтакте выбирайте тип «группа» (не публичная страница).
3. Публикация 2-3 постов на стене (оформление и тематику см. ниже)
4. Подготовка 20 отложенных постов для публикации по 2 в день, утром и вечером. Тематику см. ниже. На это уходит 1,5-2 часа.
5. Передача группы вашему активисту и предоставление ему прав администратора (вконтакте и в одноклассниках). Передача новому администратору данной инструкции по ведению и развитию группы.
- 6.1. Вконтакте – приглашение в группу ваших друзей из этого города (если есть), просьба к активисту сделать тоже самое. Личные сообщения первым вступившим людям, например: «Добрый день. Мы запустили новый проект – будем развивать группу о нашем городе. Можете, пожалуйста, уделить 5 минут и пригласить в неё 20 своих друзей из вашего города». Это делается в первые дни – может делать активист или региональный куратор проекта.
- 6.2. Вконтакте – после того, как в группу вступило несколько десятков человек, мониторинг через поиск других групп этого города. Распространение информации о вашей группе по найденным сообществам (предложенной новостью или на стене) – например: «мы запустили новую интересную группу о нашем городе, вступайте».

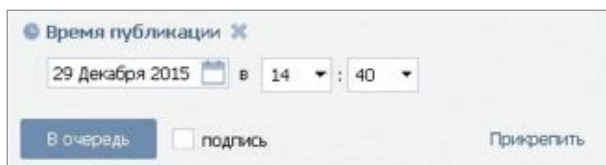
7. Одноклассники – ищите через поиск самую большую по численности группу этого города, открываете вкладку «участники» и начинаете приглашать этих людей в вашу группу, аналогично тому, как описано в инструкции по ОК парой страниц выше.
8. Отслеживание регулярности публикаций материалов в вашей группе и динамики роста числа подписчиков.
9. Иницируйте общение с самыми активными комментаторами в вашей группе – приглашайте их становиться модераторами и давайте им инструкцию. Встречайтесь или созванивайтесь с самыми активными из них и приглашайте вступить в партию.

Алгоритм публикации материалов в группе:

1. Публикация новостей.

Любые записи в группе следует публиковать с 10:00 по 20:00, для этого можно использовать инструмент «отложенная запись».

(при создании поста выбрать «прикрепить» и «таймер»)



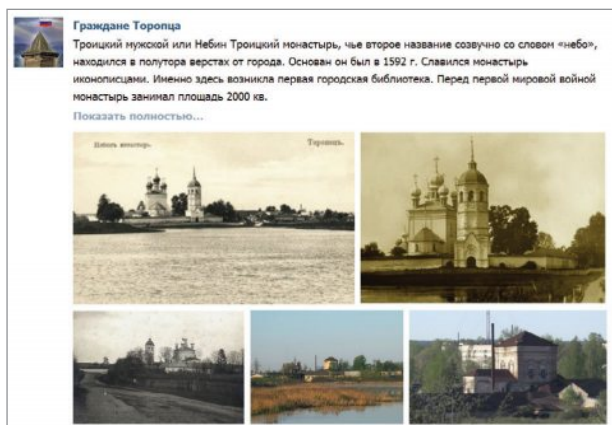
2. Типы новостей.

2.1. «Ленивый» пост.

Короткий, делается за пять минут. Основная задача – заполнить ленту новостей подписчикам группы и собрать перепосты.

Возможные темы: исторические события, памятники архитектуры, известные люди, популярные места в городе, депутаты и чиновники...

Пример:



2.2. Новости/слухи/события.

Обсуждаемые интересные новости города. Информация берется из новостных групп или СМИ и преподносится в нашей интерпретации – вы должны не просто копировать текст, а именно добавлять к нему что-то интересное, что сделало бы ваш перепост уникальным.

Текст новости должен быть ёмким и содержать несколько предложений, отражающих основную суть. Запись должна сопровождаться подходящей по смыслу картинкой (ищется через поисковые системы в интернете).

К записям можно прикреплять аудио. И публиковать только самые интересные новости, чтобы подписчикам было реально интересно получать их от нас, а не из СМИ.

2.3. Общеполитические/образовательные темы.

Делать можно не чаще, чем 1 раз на 15-20 других постов.

Пример:




The image shows a screenshot of a social media post. At the top left is a small profile picture of a sailboat and the name 'Граждане Торопца'. The text of the post reads: 'Несколько статей из Конституции, полезно помнить: ст.2 - Человек, его права и свободы являются высшей ценностью. Признание, соблюдение и защита прав и свобод человека и гражданина - обязанность государства. ст.3 - Носителем суверенитета и единственным источником власти в Российской Федерации является ее многонациональный народ. Показать полностью...'. Below the text is a large image of a red book with gold lettering and a double-headed eagle emblem on the cover, titled 'Конституция Российской Федерации'.

2.4. Серьезные расследования/события.

Самый сложный и самый ценный тип публикаций. Делается, как правило, местными активистами.

Возможные темы – сомнительные госзакупки местной администрации, расследования деятельности чиновников/депутатов/бизнеса/мафии, события затрагивающие горожан (например, закрытие завода), ситуация с бюджетом, аналитика и т.д.



Пример:



 **Граждане Торопца**

В самом центре города на живописном берегу реки Торопы, расположено здание швейной фабрики, некогда крупного предприятия нашего города. Теперь же только на 3м этаже этого здания «теплится» жизнь-шьют толи рукавицы, толи еще что. Многих жителей Торопца интересует-что же будет на двух других этажах этого большого здания. А это-очень интересный)) вопрос.

Показать полностью...



 Файл tomak.doc
 Файл boykova.doc

13 дек 2015 Поделиться  2 Мне нравится  19

Посты желательно делать каждый день – можно отложенными, между ними должны быть промежутки в несколько часов. С ростом группы будут появляться новые админы и вести её станет гораздо проще – начальный этап самый сложный. Эта группа – ваш инструмент для ведения общественно-политической деятельности в городе. Сейчас вы раскручиваете группу, а потом группа будет раскручивать вас. Начинайте делать посты и смотрите, как растет число подписчиков. Это действительно интересно! =)

Сетка из таких групп для вашего регионального отделения – это осязаемый прирост политического влияния в регионе. Используйте их для партстроительства и выигрывайте местные выборы.

ПРАВИЛА КУЛЬТУРЫ ОБЩЕНИЯ В СЕТИ АКТИВИСТОВ «ЯБЛОКА»

Необходимо иметь в виду, что начиная вести социальные сети РО партии, вы становитесь лицом партии в интернете в вашем регионе. Это накладывает на вас определенные обязательства по соблюдению правил и стиля общения.

Интеллигентность. Крайне важно, чтобы общение активистов, сторонников и членов партии в сети было пристойным и вежливым. Нужно помнить, что люди читают открытые дискуссии в комментариях. По таким дискуссиям интернет-сообщество делает выводы о партии в целом. Следует ориентироваться на тактичное общение и призывать стороны диалога уважать чужое мнение, слушать и слышать друг друга.

Критика уместна. В интернете люди на равных могут общаться с известными людьми и открыто обсуждать их поступки. Это хорошо и правильно. Но есть угроза агрессивных нападков, упрёков, деструктивной критики. Нужно быть эмоционально готовым к острым дискуссиям и адекватно реагировать на выпады в адрес партии и ее лидеров. Лучшее средство избежать конфликтов – доходчиво и методично доносить до людей наше мнение, подчёркивать наши достоинства, избегать грубого оспаривания мнения оппонентов. И ни в коем случае не стоит переходить на личности – только суть обсуждаемого вопроса.

Нетерпимость к «троллям». Непристойное поведение в сочетании с агрессивной критикой выдаёт троллей – то есть людей, целенаправленно, намеренно дискредитирующих оппонентов ради самой дискредитации. У Кремля есть целые отряды нанятых за деньги троллей (наберите в поисковике «Ольгино» – узнаете много интересного). К троллям – нулевая терпимость. Но будьте внимательны, не злоупотребляйте добавлением пользователей в чёрный список (баном) и уважайте свободу слова.

Доступность правил. Продумайте простые, лаконичные правила в группе РО, пусть эти правила будут у всех на виду. Обсудите их с членами сообщества, заручитесь общим одобрением и строго соблюдайте правила наравне со всеми соратниками. Ваши правила должны включать: 1. Соблюдение закона; 2. Взаимное уважение/запрет оскорблений и мата (см. выше); 3. Свободу дискуссии.

Добротелательность. Вступайтесь за других людей, защищайте их. Оставайтесь достойным человеком и гражданином, в каком бы окружении вы не находились. Будьте терпимы к тем, кто чего-то не понимает, мягко просвещайте людей, проявляйте участие к тем, кто просит о помощи. Помните, что дело партии – помогать людям, представлять и отстаивать их интересы через политику. В ваших силах показать пример окружающим.

УДАЧИ! И ПОБЕДЫ НА ВЫБОРАХ 18 СЕНТЯБРЯ!

КАНДИДАТЫ – ПРИМЕРЫ ПРЕЗЕНТАЦИЙ В СОЦСЕТЯХ



Михаил Амосов

«Хотим мы того или нет, но у нас с нынешней правящей группировкой одна страна»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Андрей Бабушкин

Наш избиратель - человек, для которого слова "нравственность" и "мораль" не являются пустым звуком

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Евгений Витишко

«Яблоко» было и остается самой оппозиционной и последовательной партией»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Борис Вишневский

«Тот, кто борется, может не победить. Тот, кто не борется, не победит никогда»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Анатолий Голов

Если не голосуешь, не жалуйся, что повысили пенсионный возраст, ввели сбор на капремонт, выросли цены! Сам виноват!

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Наталья Калинина

«Власть держится на лжи и пропаганде. Но всему приходит конец. Наша задача – обеспечить мирный переход к демократии»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Дмитрий Кушпита

«Власть не должна быть смешной»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока




Георги Лазаров

«Друзей может быть много, партия – одна»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Выборы2016 #КомандаЯблока




Андрей Талевлин

"Концепция прав человека - единственная основа развития нашей страны"

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока




Алексей Фирсов

Программа - не просто бумага. Все, чего я добивался на посту главы округа, взято из программных документов «Яблока»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока




Илья Хандриков

«Гражданское, демократическое общество невозможно без свободы предпринимательства»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока






Татьяна Шкред

«Ждать больше нечего, пора действовать»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока

Виктор Хлебостроев

«Никакого другого пути, кроме как европейского, у России нет»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Дмитрий Некрасов

«ЯБЛОКО» не требует сделок с совестью»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Антон Стамплевский

” Моя мечта - чтобы у нас были фирмы со столетней, двухсотлетней семейной историей “

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Татьяна Нагибина

«На власть может влиять любой человек. Было бы желание»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Ирина Копкина

Умалчивать о проблемах страны - не путь Яблока!

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Галина Болдырева

«Нынешняя власть – выходцы из КПСС, перебежавшие в «Единую Россию»

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока





Владимир Алексеев

”
Залог развития страны
лежит в сменяемости
представителей всех
ветвей власти
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Данила Бедяев

”
Многие партии
сегодня – фирмы-однодневки.
«Яблоко» же всегда было
долгосрочным проектом.
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Александр Гончаренко

”
Задача
политика - не разочаровать
и не обмануть граждан
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Александр Гунько

”
Партии «Яблоко»
нет необходимости «идти
в народ», она всегда
была с ним
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Владимир Дорохов

”
«Быть патриотом – значит
честно выполнять свою
работу и говорить
людям правду
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Дмитрий Илюшин

”
Одичание, к которому власть
толкает народ, будет дорого
стоять нашей стране
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Николай Кавказский

”
Гораздо легче
проголосовать, чем
потом выходить
на митинги
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Александр Кобринский

”
Запрос на демократическую
оппозицию есть — и никогда
не исчезал
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Ольга Колоколова

”
Яблоко никогда
не отказывалось
ни от каких своих
принципов
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Дмитрий Коннычев

”
«Спасайся, кто и как
может!» — вот настоящий
лозунг современной
России
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Сергей Крызов

”
«Власть сама себя
никогда не исправит»
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



Артем Тарасов

”
«Яблоко» - единственная
партия в стране, которая
защищает интересы
бизнеса
“

18 СЕНТЯБРЯ!

#Яблоко2016 #КомандаЯблока



**Российская объединенная
демократическая партия
«ЯБЛОКО»**

Почтовый адрес:
119017 Москва,
ул. Пятницкая, д. 31, стр. 2
Тел.: +7 495 780 3010
Факс: +7 495 780 3012
E-mail: info@yabloko.ru
www.yabloko.ru

-  vk.com/yabloko_ru
-  facebook.com/yablokoru
-  twitter.com/yabloko
-  ok.ru/yabloko.ru
-  youtube.com/yablokotv