

Полоцкая районная централизованная  
библиотечная система»  
Отдел библиотечного маркетинга



# алгоритмы соцсетей

*Полоцк, 2023*

# АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

Составитель: Е.Е. Коршунова  
Редакционная коллегия: С.И. Толканица

Алгоритмы соцсетей: методические рекомендации /  
Государственное учреждение культуры «Полоцкая районная  
централизованная библиотечная система»; отдел библиотечного  
маркетинга ; [сост. Е. Е. Коршунова]. – Полоцк, 2023. – 21 с.

# АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

## СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Тренды в соцсетях	5
Что такое контент	7
Как планировать контент	9
10 фишек эффективного контент-плана	10
Сервис повышения грамотности текстов	12
Что такое хештеги?	13
Книги по ведению соцсетей	15
Фото и видеоредакторы	16

# АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

## ВВЕДЕНИЕ

Библиотеки в социальных сетях.

Вопрос «Нужны ли библиотеке социальные сети?» уже звучит не так ново, как еще 5 лет назад. Пришло понимание того, что с их помощью библиотеки могут привлекать новых пользователей, получать обратную связь, вовлекать читателей в активную библиотечную жизнь.

В этом методическом пособии мы расскажем, как создавать и планировать качественный контент в библиотеке с помощью правильно подобранных программ и приложений, какие нововведения и тренды существуют на данный момент в соцсетях.

Почти все люди, организации и компании используют социальные сети.

Социальные сети, в первую очередь площадки для общения, и все они очень разные. Пользователям неинтересно везде видеть однотипные объявления и ссылки на сайт. Они хотят получать обратную связь, видеть жизнь за кадром, дружить с вами, в конце концов.

Конечно, продвигать сообщество, тем более бесплатно, в соцсетях нелегко без SMM-специалиста или специалиста, хотя бы с навыками SMM. Для такой роли идеально подойдет человек ищущий, креативный и любознательный. В учреждениях культуры часто такой должности нет в штатном расписании и приходится самим библиотекарям обучаться азам smm-грамотности.

*Что такое SMM?*

**SOCIAL MEDIA MARKETING** (Социальный медиамаркетинг)

Это комплекс работ, направленных на продвижение бренда, конкретного товара или услуги в социальных сетях, главной задачей которого является популяризация бренда и привлечение внимания к организации, что включает: планирование, работа с контентом, привлечение подписчиков, взаимодействие с подписчиками и аналитика.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

**ВАЖНО!** Бренд – это ваше учреждение культуры!!! Показывайте то, в чем вы сильны, то, в чем вы эксперт или привлекайте со стороны экспертов.

Основа **SMM** – создание контента, которым люди будут делиться со своими друзьями самостоятельно. Сообщения, передаваемые по соцсетям, вызывают у подписчиков больше доверия, и тем самым формируют лояльное отношение аудитории к бренду (в нашем случае, к библиотеке).

### ТРЕНДЫ В СОЦСЕТЯХ

В Инстаграм балом правят Сторис, в ВК лента историй также привлекает максимально много внимания, потому что ее еще мало кто использует. В видео-контенте, в том числе на Ютубе правят короткие видео, вайны, пранки. Подписчикам больше нравятся именно живые короткие зарисовки, чем длинные постановочные кадры. Делайте короче, ярче и креативнее и, самое главное, сразу выкладываете в ленту историй!

Придумывайте интересные викторины с опросами, акции, просите с помощью смайликов оценить книги, выставляйте посты с голосованием за то или иное мероприятие и т.д.

Каждый день снимайте минимум 2 сторис. Старайтесь выкладывать больше сторис в формате видео. Лучше будет, если на этих видео будут люди: сотрудники библиотеки, участники мероприятий, само мероприятие.

*Инстаграм* вообще твердо занял позицию самой популярной социальной сети, и там теперь можно постить не только фотографии, но и длинные видео загружать в IGTV, а также создавать еще более интересные сторис с помощью гифок, масок, опросов и других новшеств, которые выходят в свет каждый месяц.

Выберите одну из тем и каждую неделю выкладываете по ней видео не дольше 10-15 сек. Например, в один и тот же день ведите какую-нибудь библиотечную рубрику.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

*Рассылки пабликов в ВК.* Речь идет о таком инструменте для соцсетей, как специальное приложение ВК, которое функционирует как массовая рассылка сообщений от имени сообщества. Но при этом послания приходят не на почту, а в личное сообщение пользователей.

Что интересно, по идее такие сообщения должны бесить простых пользователей, но по факту открываемость таких писем составляет 90 процентов. Это очень весомый результат. Кстати, еще одна показательная цифра: 20 процентов юзеров даже отвечают на такие сообщения, а это уже непосредственный диалог с потенциальным клиентом.

*Онлайн-обзоры.* Около 80% пользователей больше доверяют онлайн-обзорам в качестве рекомендации анонсов мероприятий, рассказах о книгах, структуре библиотеки. Ведь если ваш обзор понравился, подписчик о нем обязательно расскажет своим друзьям или на своей странице. В онлайн-обзорах нет прямой рекламы, но они привлекают намного больше внимания к вашей библиотеке.

*Интерактивный контент.* Фотографии, gif-изображения и видео присутствуют в любой социальной сети в большом количестве, поэтому так полюбились викторины, опросы и тесты.

Пользователи получают удовольствие от игры, хорошая викторина или тест может получить вирусный охват.

Что нужно знать, чтобы быть впереди?

*Ваша личность*

Вы (библиотека) должны присутствовать везде – в постах, в сторис, в прямых эфирах и комментариях. Неодушевленная библиотека не вызывает никакого интереса и доверия. Стремитесь быть ближе к аудитории.

Ваши подписчики должны четко понимать, заходя в вашу библиотечную группу:

- ✓ Какой у библиотеки характер?
- ✓ Какие черты отличают вашу библиотеку от других?
- ✓ Если бы библиотека была человеком, то каким?

Вы должны четко видеть и представлять свою целевую

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

аудиторию (ЦА).

*Видео*

Старайтесь снимать вертикальное видео. Оно в 10 раз быстрее набирает популярность. Обработывайте его с помощью специальных сервисов, добавляйте эффекты и анимацию.

Подбирайте *хэштеги* так, чтобы по каждому из них публикация выходила в ТОП.

Проводите совместные конкурсы, флешмобы с участием 2-3 библиотек.

### ЧТО ТАКОЕ КОНТЕНТ

*Зачем нужен контент план?*

Это содержание. Содержание вашей странички или группы. Если говорить просто – текст, картинки и видео. Если сложнее – это то, какую мысль вы хотите донести до вашей аудитории.

**ВАЖНО!**

80% информации человек получает визуально.

98% пользователей лень читать текст, если рядом нет увлекательной картинки.

Для начала выясним, зачем пользователи заходят в соцсети:

- ✓ Общение.
- ✓ Развлечение.
- ✓ Обучение.
- ✓ Получение необходимой информации.
- ✓ Получение различных бонусов и подарков.

Итак, контент должен быть **ИНФОРМАЦИОННЫЙ**, **ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ/ОБУЧАЮЩИЙ**, **РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ** и **ВОВЛЕКАЮЩИЙ**. У каждого из них своя цель.

**ИНФОРМАЦИОННЫЙ**. Нетрудно догадаться, что информационный контент о чём-то информирует. Он нужен для того, чтобы ваши читатели были в курсе последних событий,

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

происходящих с вами или вашей библиотекой. Если вы публикуете пост о том, что будете выступать на конференции – это информационный контент. Если вы пишете о том, что изменились часы работы библиотеки – это тоже информационный контент. Аудитории важно знать полезность вашего учреждения. Сюда же входят история вашей библиотеки и ее новости, информация в СМИ, отчеты, анонсы мероприятий, какие конференции, семинары проходят при ее участии и какие люди их посещают, статистика и т.д.

**ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ/ОБУЧАЮЩИЙ.** Это контент, которым можно увлечь ваших подписчиков – делитесь с ним нужными советами, интересными анонсами событий, которые охватывают сферу деятельности вашей библиотеки. Сюда входят следующие формы работы: рецензии, мастер-классы, лайфхаки, обзоры, интервью и т.д.

**РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ.** Этот вид контента призван, чтобы раскрасить суровые будни читателей. Он смешит, забавляет, интересует. В общем, так или иначе вызывает эмоции. Теперь давайте разберемся как его можно использовать.

Это могут быть шутки из вашей корпоративной среды. Главное, чтобы юмор был понятным. Поэтому помните, кто читатель и подумайте, для него это будет также смешно, как и для вас?

С помощью **РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОГО** контента вы можете выставлять поздравления, тесты, игры/загадки, вирусные видео, сторисы, вопросы читателей, юмор и т.д.

**ВОВЛЕКАЮЩИЙ.** Вовлекающий контент – это подвид развлекательного. Отличие вовлекающего контента в том, что его главная цель – вовлечь читателя во взаимодействие с вашим аккаунтом. То есть получить от него лайк или комментарий (или и то, и другое). Сюда относятся live-трансляции, конкурсы, опросы, викторины, посты, призывающие обсудить что-либо в комментариях, помощь подписчиков в разработке (оценке) нового бренда, услуги и т.д.

*Контент-план* – это стратегический инструмент, который будет помогать вам достигать своих целей во всех соцсетях. С его помощью у вас не будет проблем с идеями для постов.



## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

*Контент-план* – это заранее запланированный и распределенный по дням список тем или идей для публикаций. Он может составляться на неделю или месяц вперед. При его разработке сразу определяется название и дата каждого поста.

Запомните, что контент-план – это планирование и в первую очередь дисциплина.

Многие, наверно, жутко не любят планировать, но это уберезет вас от ситуаций, когда нужно выложить пост, а вы не знаете, о чем писать и какую фотографию выкладывать.

### КАК ПЛАНИРОВАТЬ КОНТЕНТ

Можно воспользоваться вот такой таблицей Excel или Google-таблицей для планирования работы в соцсетях:

Дата публикации	Время публикации	Вид контента	Тема публикации	Примечание
-----------------	------------------	--------------	-----------------	------------

Обязательно чередуйте тип контента, чтобы изо дня в день у вас не было повторяющегося, например, только **ИНФОРМАЦИОННОГО с ПОЗНАВАТЕЛЬНЫМ**

- ✓ Напишите по датам, когда будет выходить каждый из 4 видов контента.
- ✓ Пишите много, по 2-5 постов за раз. Так легче и быстрее, чем ежедневно садиться за клавиатуру.
- 50% – это **ИНФОРМАЦИОННЫЙ** контент
- 25% – **ПОЗНАВАТЕЛЬНЫЙ/ОБУЧАЮЩИЙ**
- 16% – **РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ**
- 9% – **ВОВЛЕКАЮЩИЙ**

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

- ✓ В «Примечаниях» запишите пару предложений, чтобы в дальнейшем не ломать голову, вспоминая, о чем вы тут собирались писать. Вставьте ссылки на материалы, которые вам пригодятся.

**Поздравляем!** Ваш контент-план готов, можно приступить к написанию постов и оформлению картинок.

Совсем недавно Facebook создал приложение Creator Studio для отложенного постинга. Оно официальное и им можно пользоваться без проблем. С помощью него вы сможете выкладывать посты в Fb, Инстаграм и в IGTV по расписанию. В приложении можно управлять загруженными материалами, получать статистику по контенту и аудитории, а также загружать сразу несколько видео.

Можно запланировать публикацию поста от 6 минут до 6 месяцев.

Синхронизация между смартфоном и компьютером. Без отложенного постинга невозможно представить себе ведение аккаунта.

### 10 ФИШЕК ЭФФЕКТИВНОГО КОНТЕНТ-ПЛАНА

1. Обращайте внимание на события, происходящие в этом месяце (в помощь «Календарь знаменательных и памятных дат»).
2. Пробуйте разные варианты постов (пост-детектив, рассказ от лица персонажа книги, интервью с писателем, диалоги и неожиданные концовки).
3. Старайтесь делать полезные посты так, чтобы они набирали много сохранений. Хорошо работают списки и чек-листы: полезные сервисы, аккаунты, куда сходить с детьми, подборки тематических книг, фильмов, рекомендации экспертов.
4. Вовремя записывайте все приходящие в голову идеи. Накидывайте заметки, пока помните – через 5 минут уже будет поздно!
5. Освойте всего 3 приложения: для создания видео – Inshot, для фото – Canva (Приложение 1), Snapseed; но регулярно пробуйте

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

новые: пока они в новинку – посты со специальными эффектами могут выходить в топ.

6. Используйте видео: берите не только готовые видеоролики. Скачивайте фильм, подходящий под вашу тему и вырезайте из него минутные ролики.
7. Делегируйте специалистам то, что не можете сделать самостоятельно (например, снять или смонтировать видео; сделать полезную подборку).
8. Стремитесь выходить в ТОП по хештегам – это совокупность привлекательной картинки и интересной начинки.
9. Пробуйте разные игры: лотерея, анти-аукцион, поймай скидку, квесты; если розыгрыш – то репост в сториз или отметки читателей.
10. Задавайте вопросы, на которые будет хотеться ответить (упрощайте, что было максимально легко – цифра 1 или 2, а иногда – более сложные, на острую проблему или с юмором – «Каким героем вы бы были в книге «Три мушкетера» А. Дюма?»).

Не забывайте про эти простые советы – и ваш контент будет актуальным и интересным.

Вот, например, подборка для контент-плана из «Календаря праздников» на август:

- Всемирный день кошек (8 августа). Ваш бренд может поздравить всех котов, кошек и котят с их праздником. Много интересного можно рассказать о наших любимцах: история приручения, породы, советы по уходу и воспитанию, выставку книг, интересные факты, или попробуйте что-то необычное – снимите видео с вашими сотрудниками и их котиками.
- День физкультурника (10 августа). Напомните своим читателям, как это здорово, размяться после пробуждения и зарядиться энергией на весь день, расскажите о самых эффективных упражнениях, которые без труда можно выполнять дома или в офисе, попросите пользователей поделиться фото своих спортивных достижений или мотивирующим видео.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

- Международный день левшей (13 августа). Организуйте опрос и выясните, сколько среди ваших подписчиков левшей и как они думают, чем отличаются от правшей.
- Всемирный день фотографии (19 августа). Поделитесь с пользователями секретами идеальных фото, подготовьте обзор актуальных выставок или подборку книг о популярных фотографах, устройте конкурс на лучший снимок.
- Опубликован первый экземпляр «Книги рекордов Гиннеса» (27 августа). Опубликуйте историю всемирно известного издания, подготовьте подборку самых впечатляющих рекордов.

## СЕРВИС ПОВЫШЕНИЯ ГРАММОТНОСТИ ТЕКСТОВ

Если вы знаете, что пишете не идеально, если вам указывают на недочеты в ваших постах, то мы вам рекомендуем бесплатные сервисы для проверки грамотности. Поверьте, они бесценны для пишущего человека!

- <http://www.gramota.ru> – сервис №1: словари, понятные статьи о сложнейших правилах русского языка (объем каждой статьи – не больше поста в инстаграме!), возможность задать вопрос и получить на него оперативный ответ.

- <http://mel.fm> – раздел «Правописание» – очень краткие и понятные статейки о крайне непростых правилах русского языка.

- <http://gramma.ru> – интересные статьи и полезные словари.

Дизайн малопривлекательный, но компенсируется содержанием: например, информацией, зовется ли жительница города Анадырь анадыркой или нет.

- <http://online.orfo.ru> – возможность быстро справиться с опечатками и грубейшими ошибками.

- <https://artlebedev.ru/typograf> – сервис от студии Артемия Лебедева, оформляющий тексты в соответствии с правилами типографики. Больше никаких дефисов вместо тире, только правильные кавычки и пробелы. Читательность текста улучшается разительно!

### ЧТО ТАКОЕ ХЕШТЕГИ

*Хештег* (англ. hashtag:hash – знак «решетка»/tag – метка).

*Хештег* – это поисковый запрос, который может вам помочь найти нужную информацию на просторах соцсетей по определенным запросам. Алгоритм работы точно такой же, как и поиск в Google, Яндекс и пр. поисковых системах.

После метки #, решетка превращается в кликабельную гиперссылку, которые разделяются после себя пробелом. На самом деле хештегом обозначаем тему, используем как навигатор для себя и других.

Есть даже специальный сервис для подборки хештегов: <https://web.stagram.com/>.

Зайдите в ВКонтакте или Инстаграм и вбейте в поиске такие хештеги, как #читайтехорошиекниги #читайтекниги #любитекниги #книжнаяполка #книжныйсовет #библиотека #ГодЛитературы #советуемпочитать и т.д. Посмотрите, сколько библиотек выйдет по поиску. Придумайте ваш универсальный хештег, например, #библиотекарьполоцкарекомендует и т.д.

### ОШИБКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ХЕШТЕГОВ

- ✓ Когда много хештегов – например, Инстаграм воспринимает вас, как спамера. Рекомендую 7-10 на пост.
- ✓ Писать только хештеги, которые никто не использует.
- ✓ Сплошные хештеги без текста.
- ✓ Не использовать совсем хештеги. Для сообщества это способ перевести читателя на другие ваши посты.
- ✓ Если ваша группа или профиль закрытый, то публикации с хештегами не появляются в поиске.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

- ✓ Хештеги в комментариях под чужими постами не будут активными.

### ГАЙД ПО ХЕШТЕГАМ

1. Высокочастотные хештеги. Запросов в месяц от 500 000.

Например, #поэзия, #искусство, #библиотека.

2. Среднечастотные хештеги. Запросов в месяц от 100 000.

Например, #книжныйблог, #музеи, #книжныймагазин,

#детектив.

3. Низкочастотные хештеги. Запросов в месяц менее 100 000.

Например, #обзоркниг, #современнаялитература, #детективы.

Количество запросов можно проверить в Инстаграм через строку поиск (под хештегом будет написано количество запросов).

Так же есть брендируемые хештеги – это хештеги, которые вы придумали. Их можно использовать для таких целей как навигация по профилю, навигация в постах – хештег рубрикатор, личный хештег для узнаваемости бренда, хештег для проведения конкурсов и мероприятий, хештег для отслеживания пользовательского контента. Например, у нашей библиотеки это хештеги: #библиотекиполоцка #полоцк #гоголя15 #skorinalib

**ВАЖНО!** Перед каждой # ставить пробел, иначе они будут не кликабельны! Слова пишутся без пробелов, одной сплошной строкой!

**ПРИМЕР:**

(пробел)#библиотекиполоцка #гоголя15 #ячитаю

Пишите разные комбинации хештегов под постами – это добавит уникальности текст.

## КНИГИ ПО ВЕДЕНИЮ СОЦСЕТЕЙ

Нет такой книги, в которой бы можно было прочитать сразу о всех социальных сетях. Да и сфера smm так быстро развивается, что когда книги выходят, теряется их актуальность... Но! Читать стоит.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

Мы подготовили для вас подборку книг, которые нужно прочитать, чтобы понимать как работают соцсети. И, что надо внедрять для их развития, как развиваться самим.

1. Кот Дмитрий. «Копирайтинг. Как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают». В книге описан набор методик, приемов и секретов по написанию продающих текстов. В каждой главе есть совет или прием, готовый к использованию.

2. Ильяхов Максим, Сарычева Людмила. «Пиши, сокращай. Как создавать сильный текст». Книга-бестселлер для копирайтеров и коммерческих писателей, где авторы на конкретных примерах показывают, как правильно писать информационные, рекламные, журналистские и публицистические тексты.

3. Ермолова Наталия. «Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+». Данная книга написана настоящей самоучкой. Наталия как и все, начинала с простых постов в инстаграм. Пройдя сквозь настоящие тернии маркетинга, автор готова поделиться секретами и с вами.

4. Инди Гогохия «Инстаграм: хочу likes и followers». Книга больше для новичков, кто только познает мир Instagram. Написана доступным языком, мотивирует совершать действия и начать работу над профилем.

5. Куалман Эрик «Безопасная сеть. Правила сохранения репутации в эпоху социальных медиа и тотальной публичности».

SMM – один из каналов, в котором изменения происходят чуть ли не каждый день. Мы не можем использовать одни и те же приемы на протяжении многих лет. Поэтому специалист, отвечающий за ведение социальных сетей в библиотеке, должен следить за их новостями, обновлениями и менять свою стратегию в соответствии с происходящими изменениями. Важно быть в курсе всех трендов, чтобы делать качественный работающий контент.

## ФОТО И ВИДЕО РЕДАКТОРЫ

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ



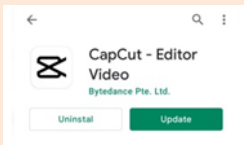
PicsArt — интуитивно понятное и чрезвычайно многофункциональное приложение для работы с изображениями и видео. С его помощью можно не только накладывать фильтры на изображение или подгонять его под необходимый формат, но и вырезать ненужные объекты, создавать стикеры, экспериментировать со множеством эффектов и даже создавать саундтрек для видеороликов.



Canva — кроссплатформенный сервис для графического дизайна, основанный в 2013 году.

Создание изображений в сервисе строится на принципе перетаскивания готовых элементов и варьировании изменяемых шаблонов. Графический редактор даёт доступ к встроенной библиотеке шаблонов, стоковых фотографий, иллюстраций и шрифтов. Сервис адресован как рядовым пользователям, так и профессионалам дизайна и цифрового маркетинга

. На платформе можно создавать как изображения для публикации в интернете, так и макеты для полиграфической продукции.



CapCut – это популярная бесплатная программа для редактирования видео с русским интерфейсом. Благодаря простоте она подойдёт как начинающим блогерам, так и для обработки домашнего видео, а также для пользователей, желающих научиться монтировать. С её помощью можно создать анимацию или слайд шоу за несколько кликов.



## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ



Pinterest входит в топ-15 самых популярных соцсетей мира. При этом в России про нее знают не очень много.

Pinterest — не столько соцсеть, сколько площадка для поиска картинок. Можно добавлять изображения, сортировать их по коллекциям, делиться ими с другими пользователями и смотреть чужие подборки.

Основная единица контента в сервисе — пин — это картинка или видео, которая индексируется в поисковиках. Из пинов собираются доски — подборки картинок. Такие коллекции очень удобно использовать, чтобы собрать изображения по одной теме или в одной стилистике. Например, идеи для мероприятия в библиотеке или идеально подходящие элементы для оформления библиотеки.

Это и принесло соцсети популярность.

На Pinterest удобно собирать личные коллекции референсов на все случаи жизни: сортировать пикчи по стилю, направлению дизайна, типу, цвету, собирать шрифты, логотипы и т.д. Это поможет быстрее собирать референсы для своих проектов.

Так же, как и в первом случае, вы можете воспользоваться коллекцией референсов уже других дизайнеров, которые собирали для вас пины.

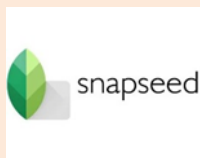
Интересна изумительная и удобная система выбора контактов. Открыв картинку в нужном вам стиле, Пинтерест предлагает вам похожие варианты. Открыв один из них, вы опять получите похожие картинки и так бесконечно.

Также вам интересно существование расширения для браузера, которое позволяет подключать изображения со всего Интернета в свою коллекцию. Загуглите «Расширение Pinterest для браузера».

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ



InShot - Мощный видеоредактор и фоторедактор на русском! С иншот, вы можете наложить музыку на видео, обрезка видео, объединить видео, повернуть видео, размытие фона одним нажатием пальца, дополняй видео текстом. Редактор видео подходит для Тикток, YouTube, Whatsapp, Snapchat. и т.д.



Snapseed позволяет производить профессиональную обработку фотографий на телефоне или планшете.

Доступные инструменты обработки

Править

Коррекция: вносит автоматические правки.

Резкость: повышает контурную резкость снимка.

Кадрирование: позволяет обрезать снимок

Поворот: позволяет совершать поворот или выравнивание изображения.

Поворот/обрезка: позволяет обрезать, поворачивать и наклонять фото.

Кисть: позволяет применять эффекты к отдельным частям изображения

Выборочная коррекция: позволяет производить коррекцию только выбранных частей изображения.

Точечная коррекция: устраняет мелкие погрешности (пыль, пятна).

Виньетка: регулирует яркость вокруг объекта изображения.

Фильтры для обработки фото

Править

Размытие: привлекает внимание к объекту за счет размытия фона.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

Блеск софита: эффект свечения.

Тональный контраст: обеспечивает точную настройку контрастности между светлыми и темными участками.

Эффект HDR: применяет эффект мультиэкспозиции.

Драма: добавляет эффект, специально подобранный для фотографии.

Grunge: накладывает цветовой стиль, специально подобранный для конкретной фотографии.

Крупное зерно: создает зернистое изображение.

Винтаж: оформляет фотографии в стиле цветного кино.

Retrolux: создает эффект состаренной фотографии.

Нуар: создает эффект черно-белого кино.

Ч/Б: накладывает черно-белый фильтр.

Рамки: разнообразные варианты оформления краев изображения..

Особенности

Править

При обработке ориентации изображения при небольших поворотах картинки недостающие части автоматически дорисовываются программой.

Возможна отмена любого изменения фотографии, вне зависимости от последовательности изменений.

Возможен пошаговый просмотр всех изменений.

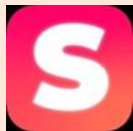
Все фильтры, примененные к одному изображению, можно применить и к другому.



Adobe Lightroom — программа для обработки фотографий. В нём нет ничего лишнего, в отличие от многофункционального Photoshop — только инструменты для работы с цветом, тоном, искажением и детализацией снимков.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

В «Лайтруме» удобно сохранять исходники, составлять каталоги, обрабатывать изображения в формате RAW. А ещё — создавать пресеты, чтобы тратить меньше времени на обработку фотографий.



Leto Fonts — простой и универсальный графический редактор. С ним легко создавать любые креативы для социальных сетей.

Один Редактор для всех видов контента: Истории, Посты, Таргет, Оформление сообществ, Карточки товаров, Видео и любой другой формат! Стикеры и Фоны.

Leto — все для создания сторис и постов, которые заметят. Шрифты для Инстаграм и других платформ, стикеры и красивые фоны! Добавьте необычный текст на фото и ваши дизайны преобразятся! Надеемся, что вам понравится! Красивые шрифты для Инстаграм на русском — в Лето! Добавьте текст на фото и украсьте его стикерами — пусть ваши сторис станут заметными!

**ТЕКСТ НА ФОТО.** Выберите из сотен шрифтов тот, который нравится вам и адаптируйте его. Можно поменять цвет, закрутить шрифт, сделать его расплывчатым или добавить шума. Лето шрифты заменят вам стандартные шрифты для Инстаграма.

**ТРЕНДОВЫЕ СТИКЕРЫ.** Украсьте свои посты, сторис и видео стикерами от дизайнеров. Есть стикеры на любую тему: от линий, стрелок, сердечек до 3D форм, кистей и теней. Любой из 4000+ стикеров удобно использовать: просто скопируйте и вставьте.

**КРАСИВЫЕ ФОНЫ.** Создавайте уникальные дизайны для блога или бизнеса, используя красивые фоны. Вы точно найдете что-то для себя из более 1000 фонов.

## АЛГОРИТМЫ СОЦСЕТЕЙ

БУДУЩЕЕ ЗА ТЕМИ, КТО НЕ БОИТСЯ НОВОГО!  
ДЕРЗАЙТЕ И У ВАС ВСЕ ПОЛУЧИТСЯ!