

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ
"ЦЕНТР ПОДДЕРЖКИ МОЛОДЕЖНЫХ ИНИЦИАТИВ
И ДЕТСКО-ЮНОШЕСКОГО ТУРИЗМА"
(ГАУ ДО ВО "ЦПМИиДЮТ")

Методические рекомендации по ведению социальных сетей для
образовательных организаций

Автор-составитель:
Ковалева А.И.,
педагог-организатор отдела
экологических инициатив
и творчества

Волгоград
2024

Методические рекомендации предназначены для работников образовательных организаций, в обязанности и интересы которых входит ведение социальных сетей учреждения. Основным объектом рекомендаций является социальная сеть "ВКонтакте". В данных рекомендациях указаны шаги по заполнению, особенностям администрирования социальных сетей и др., с примерами групп образовательных учреждений. Таким образом, методические рекомендации помогут улучшить качество восприятия публикуемой информации, оптимизировать работу специалистов и наладить коммуникацию с аудиторией.

Пояснительная записка

Социальные сети – необходимый каждой организации инструмент передачи информации о достижениях, изменениях в той или иной сфере деятельности, событиях и другого рода сообщений из жизни образовательного учреждения. Публикации на страницах сообществ обладают следующими функциями:

- поднимают имидж организации;
- увеличивают узнаваемость организации;
- информируют о мероприятиях и т.д.¹.

Социальные сети – сервисы для обмена информацией, такие как "ВКонтакте" и "Одноклассники". В методических рекомендациях рассмотрена социальная сеть "ВКонтакте".

Актуальность

Повсеместное развитие технологий создает условия, в которых организациям гораздо удобнее использовать социальные сети в качестве обмена информацией. В связи с увеличивающейся конкуренцией среди образовательных учреждений и программ - организации необходимо уметь предоставлять информацию, которая будет лучше восприниматься аудиторией и привлекать внимание грамотным изложением и актуальным визуальным оформлением. Возможность оставлять отзывы обеспечивает доступность информации и оценку качества и иных характеристик образовательных услуг, влияющие на результаты деятельности организации.

Согласно вступившему в силу 1 декабря 2022 года нововведению, все органы власти и подведомственные организации Российской Федерации обязаны вести свои сообщества в соц.сетях².

Целью методических рекомендаций является содействие в работе

¹ Сенаторов А.А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. – М.:«Альпина Паблишер», 2019. – 15 с.

² Информационно-правовой портал "Гарант.ру" [Электронный ресурс]//Режим доступа: <https://www.garant.ru/news/1564104/?ysclid=lt5le0puz5924270193> (дата обращения 21.02.2024).

над сообществами учреждений в социальной сети "ВКонтакте", а также качественной помощи в ведении своей деятельности

Основы заполнения сообщества

Многие сообщества образовательных организаций заполнены необходимой условному "потребителю" образовательных услуг информацией лишь наполовину. При этом правильность заполненных разделов является основой для ведения сообществ.

Рекомендуется придерживаться ряда правил:

1. У сообщества должно быть краткое и простое название. Например, при выборе названия сообщества лучше всего использовать сокращения по типу "МОУ СШ". Так название легче воспринять и запомнить, а расшифровку сокращения лучше поместить в колонку описания.
2. При выборе типа сообщества указать "бренд или организация". Благодаря правильному типу администраторы в праве распоряжаться рядом исключительных для данного типа полезных функций.
3. В разделе «Тематика» выбираем раздел «Образование» и далее тип учреждения: лицей, школа, гимназия. После – добавляем официальный сайт учреждения.
4. Для подтверждения подлинности сообщества и повышения доверия со стороны аудитории следует получить метку "Госорганизация". Чтобы получить метку, необходимо привязать сообщество к учетной записи организации в ЕСИА через портал "Госуслуги". Для этого необходимо быть владельцем или администратором сообщества в социальной сети и иметь статус руководителя или администратора организации на "Госуслугах". После получения отметки под названием сообщества появляется значок флажка с подписью Госорганизация и надпись "подтверждено через Госуслуги".
5. В описании сообщества кратко расскажите об учреждении и о том, какую информацию можно получить будущим подписчикам интернет-сообщества. Следует указать контактную информацию учреждения, адрес и ссылку на сайт.
6. Меню сообщества создано для упрощения поиска информации. Добавляйте ссылки на статьи, важные альбомы, записи и многое другое. Вы можете указать в названии "последние новости", "олимпиады", "важное" и т.д. Меню следует оформлять в едином стиле с обложкой и "аватаркой".
7. Хештеги (начинаются с #) – еще один помощник в поиске информации. Обычно ставятся в самый конец поста. Создайте свою систему хештегов по которым можно будет найти информацию. Например, #волонтеры покажет все посты на данную тему в сообществе (рисунок 1).

8. В разделе ссылки нужно указать ссылки, отправляющие на сайт вашего учреждения и другие ваши соцсети.
9. Включите возможность комментирования постов и сообщений.
Так с вами будет легче связаться и задать интересующие вопросы. Также в настройках сообщества можно включить функцию "сообщество онлайн". Благодаря функции будет видно, когда сообщество было активно. Помимо этого, сама социальная сеть выставляет каждому сообществу рейтинг по скорости ответа в личных сообщениях³.

При создании сообщества – ключевым фактором является выбор правильной классификации:

- Аккаунт — учетная запись пользователя в социальной сети, в которой содержится информация о пользователе, а также новости, которые он размещает.
- Публичная страница — страница, созданная с целью предоставления информации об организации. Доступ к странице открыт для всех, подписаться на новости могут все пользователи социальной сети, опубликовать пост можно только после рассмотрения администратором.
- Группа — *сообщество* в социальной сети, объединяющее участников с общими интересами. Доступ к группе может быть ограничен, есть возможность как открыть, так и закрыть доступ пользователей к публикации постов.



Рисунок 1. Пример системы хештегов

³ Социальная сеть "ВКонтакте", сообщество "Госпаблики – Лучшее"[Электронный ресурс]//Режим доступа: https://vk.com/gospubest?w=wall-216307558_1262 (дата обращения 22.02.2024).

Визуальное оформление сообщества

Визуал очень важен для коммуникации с аудиторией. Разработайте свой "брендбук": с цветовой гаммой, шрифтами, с правилами использования изображений и техническими требованиями под каждую соцсеть. У Вконтакте собственные технические требования и особенности оформления информационных сообщений (постов). Например, при размещении поста дается выбор между "каруселью" – размещение картинок с возможностью прокрутки и "сеткой" – расположение картинок прямоугольно. Упростить работу по оформлению сообществ помогут следующие сервисы:

1. "Freepik" (сайт) – фотосток (сервис со множеством фото) с преимущественно бесплатными картинками на любую тему.
2. "Bazaart" (сайт и приложение) – поможет создать дизайн любого формата для любой цели с нуля. В данном сервисе множество шаблонов, которые можно подстроить под себя.
3. "Лето.Шрифты" – сервис с собственной коллекцией бесплатных шрифтов.
4. Для сторис и "Vk клипов" – "Posters", "Storyart" (приложения с шаблонами для сторис) и "InShot" (приложение для простой обработки и быстрого монтажа видеороликов).
5. "Главред" – для проверки текста на читабельность, правильность стилистики изложения.
6. "Орфограммка" – для проверки правильности написания.

На фото профиля (или аватарку) сообщества лучше поставить логотип или герб учреждения. Размер миниатюры аватара — 200x200px. Минимальный размер целого аватара — 400x400р. Обложка сообщества требует отдельного внимания. Можно как добавить короткие ролики со слайд-шоу в настройках, так и сделать шаблон с фотографиями и необходимой на ваш взгляд информацией (телефон, сайт и т.п.). Обложку можно загрузить в форматах PNG, JPG или GIF с соотношением сторон 3:1. Размеры: 1590x530px⁴.

Создание контента. Ключевые моменты

Пост следует начать с заголовка. Заголовки бывают разными, в зависимости от цели сообщения. Различают заголовки-призывы, информационные заголовки, заголовки-обращения и т.п. Текст должен быть написан простым языком. Аудитория соцсетей не любит большое количество текста, поэтому чем меньше текста – тем лучше. Уходите от сложных речевых конструкций. Избегайте "воды" и канцеляризмов. Используйте эмодзи, играйте со словами. И самое главное – делите текст на абзацы. Оптимальный размер абзаца — 3 – 4 предложения⁵.

⁴ Социальная сеть "Вконтакте", сообщество "Госпаблики – Лучшее" [Электронный ресурс]//Режим доступа: https://vk.com/gospubest?w=wall-216307558_1270 (дата обращения 22.02.2024).

Для оптимизации контента лучше всего создать контент-план в таблице "Excel" (или других удобных сервисах). Контент-план – список планируемых постов по дням недели и датам. Контент-план поможет не запутаться в публикациях и спланировать свое время правильно. Поделите планируемые посты на рубрики. К примеру: рубрика "экологические праздники", рубрика "полезное", рубрика "официальные новости школы", "наши педагоги", "новости Минобрнауки" и т.д.

Стоит разнообразить публикуемый контент, который будет отвечать современным тенденциям. Создавайте более "человечные" послы, рассказывайте о работниках, делитесь историями успеха педагогов, студентов. Сообщайте о том, насколько дружна ваша команда и делитесь новостями по внеучебной деятельности. Из актуальных форматов можно выделить "вопрос-ответ" (рисунок 1), "советы и рекомендации", "достижения", "лица организации" (школы, вуза, ссуза и т.п.), "внеучебная жизнь" и "тематические мемы"⁶.

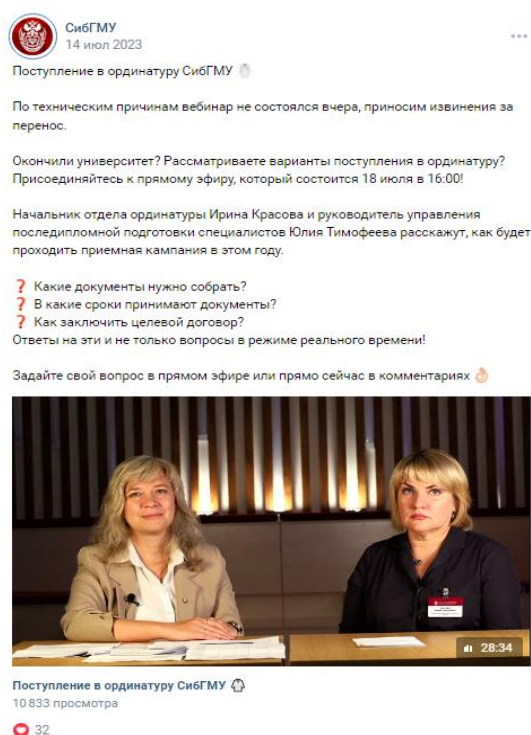


Рисунок 1. Пример актуальной рубрики вопрос-ответ

Резюмируя, в контенте важен визуал (рисунок 2), живой язык, качественные видео и фото – так алгоритмы Вконтакте будут продвигать ваши посты в личной ленте, внедряйте интерактивные форматы, а также своевременно отвечайте на сообщения и комментарии.

⁵ Социальная сеть "Вконтакте", сообщество "Госпаблики – Лучшее" [Электронный ресурс]//Режим доступа: https://vk.com/gospubest?w=wall-216307558_1262 (дата обращения 22.02.2024).

⁶ Там же.

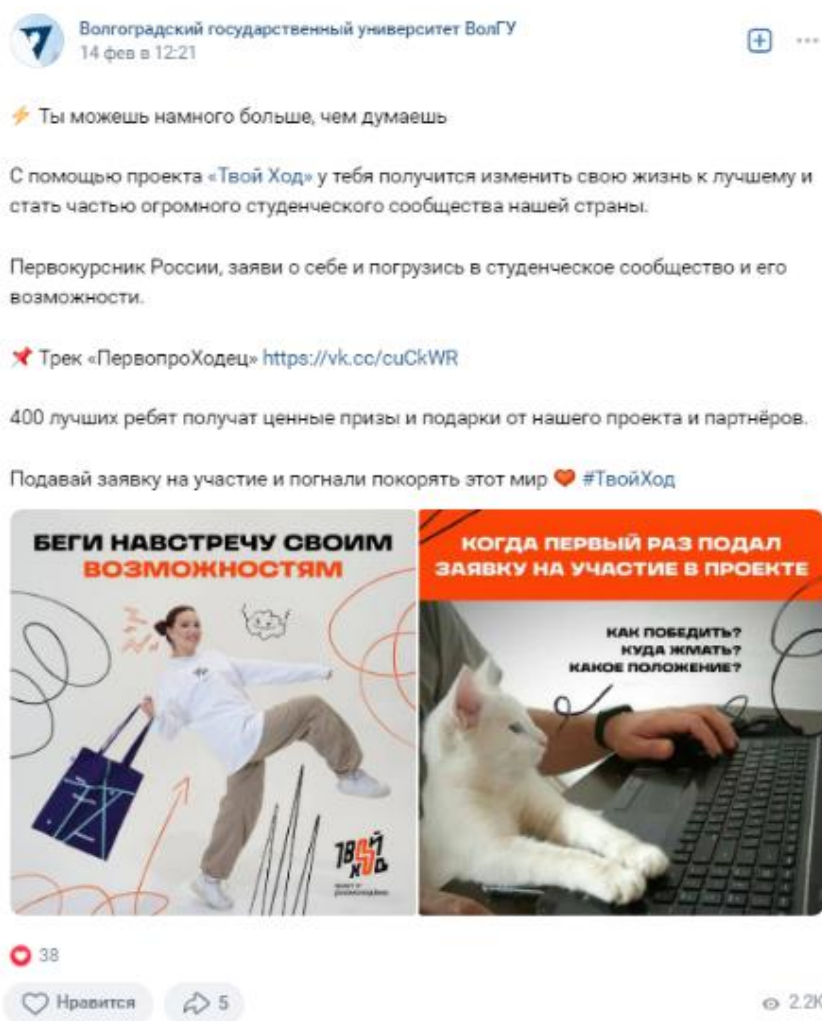


Рисунок 2. Пример оформления контента

Как работают алгоритмы

Алгоритмы – набор критериев, по которому социальная сеть автоматически выбирает "релевантный" контент. Это тот контент, который больше всего понравится пользователям социальной сети. У каждой социальной сети такие критерии разные. Вконтакте учитывает качество фото и видео, простоту и правильность написанного текста, а также количество нажатия кнопки "мне понравилось" (или лайков) и количество поделившихся записью (или репостов). Качество контента повышает просмотры, в следствие чего появляются "лайки", которые выводят контент в "рекомендованные" на главной странице или "вам может быть интересно (если, например, ваш друг поставил "мне нравится" к посту)". В "Одноклассники" схожий алгоритм, за исключением того факта, что почти все "лайки" друзей будут видны в личной новостной ленте. В "Телеграм" с продвижением сложнее, но самый действенный и бесплатный способ – оставлять комментарии к постам телеграм-каналов со схожей тематикой. Такой инструмент продвижения работает и с сообществами "Вконтакте".

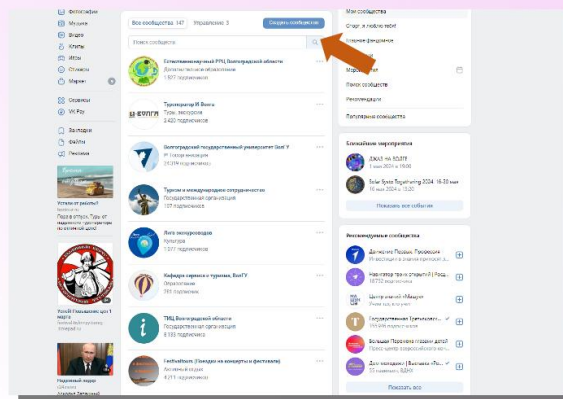
Используйте в своей деятельности Vk-клипы, сторис для новостей, создавайте красивый и качественный контент, пишите просто и понятно, пользуйтесь сервисами-помощниками и развивайте креативное мышление.

Таким образом, в методических материалах рассмотрены основы заполнения сообществ с советами по оформлению, приведен перечень ресурсов для улучшения и создания визуальной составляющей сообществ, перечислены главные правила, на которые следует ориентироваться при составлении контента и дано краткое описание работы алгоритмов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Информационно-правовой портал "Гарант.ру" [Электронный ресурс]//Режим доступа: <https://www.garant.ru/news/1564104/?ysclid=lt5le0puz5924270193> (дата обращения 21.02.2024).
2. Социальная сеть "Вконтакте", сообщество "Госпаблики – Лучшее"[Электронный ресурс]//Режим доступа: https://vk.com/gospubest?w=wall-216307558_1262 (дата обращения 22.02.2024).
3. Социальная сеть "Вконтакте", сообщество "Госпаблики – Лучшее"[Электронный ресурс]//Режим доступа: https://vk.com/gospubest?w=wall-216307558_1270 (дата обращения 22.02.2024).
4. Сенаторов А.А. Контент-маркетинг. Стратегии продвижения в социальных сетях. – М.:«Альпина Паблишер», 2019. – 15 с.

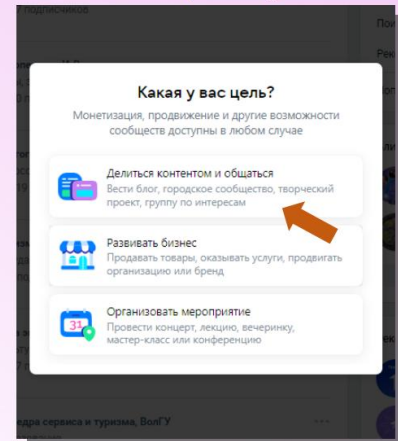
Приложение 1. Практические советы по созданию сообщества



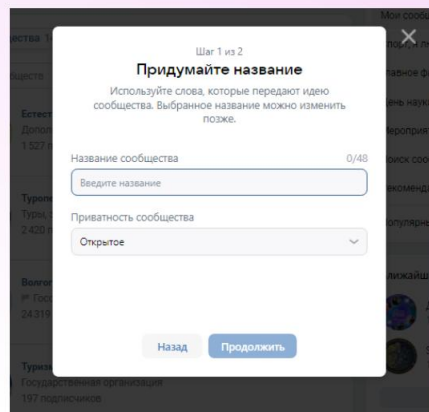
Шаг 1. Создаем сообщество

Для этого выходим в меню «сообщества» и нажимаем на верхнюю плашку

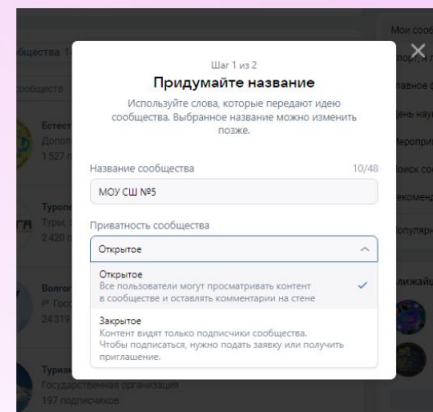
Шаг 2. Выбираем цель



Шаг 3. Придумываем название

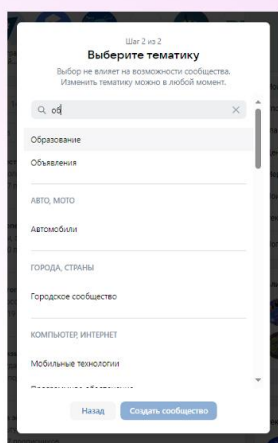


Шаг 4. Настраиваем приватность сообщества



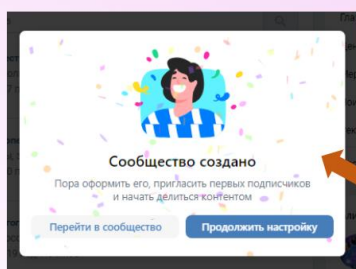
Выбираем «открытое»

Шаг 3. Выбираем тематику



В тематике также выбираем тип учреждения: лицей, школа и т.д.

Шаг 4. Сообщество создано



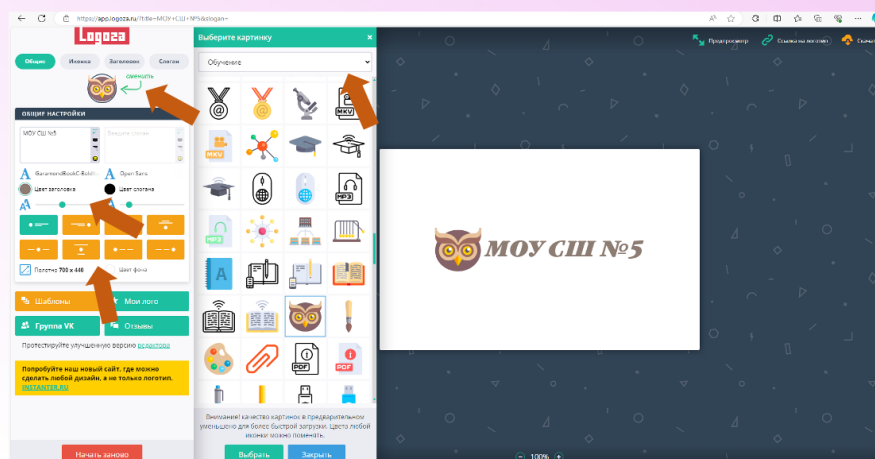
Нажимаем «продолжить настройку»

Шаг 5. Создаем логотип



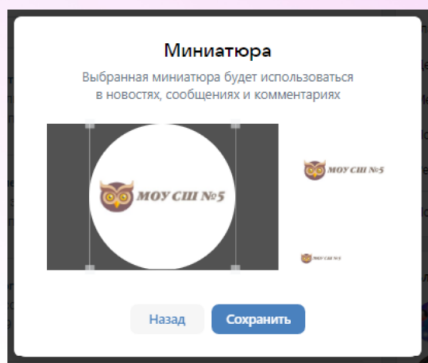
Для создания воспользуюсь бесплатным сервисом по созданию логотипа «Логоза»

Шаг 6. Создаем логотип

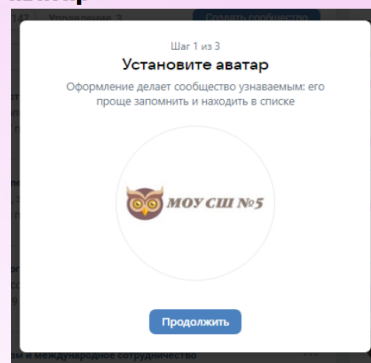


Для поиска изображения для логотипа - нажимаем на «сменить» сверху, выбираем раздел «образование» в меню справа. Редактируем шрифт по вкусу и чуть ниже выбираем расположение картинки и текста. Можно добавить подзаголовок

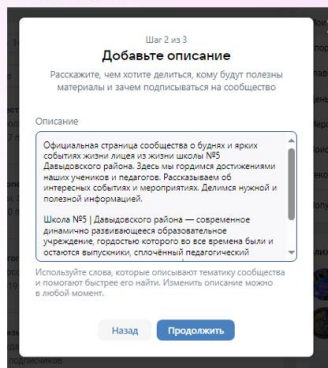
Шаг 7. Добавляем логотип



Шаг 8. Устанавливаем аватар

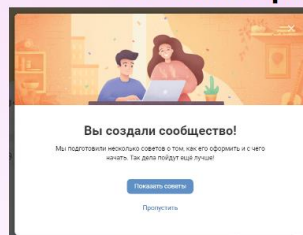


Шаг 9. Добавляем описание

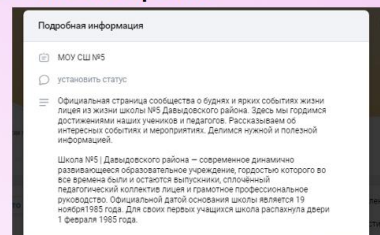


Помните о принципах составления описания

Шаг 10. Настраиваем сообщество

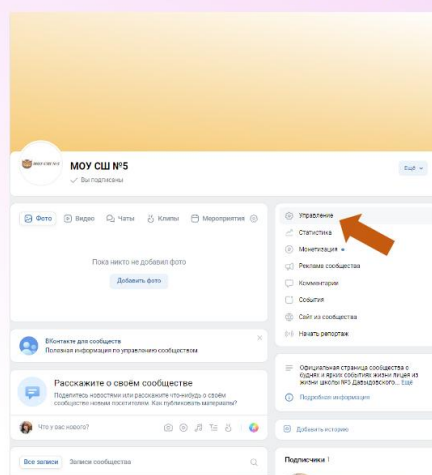


Нажимаем показать советы. Это поможет не запутаться

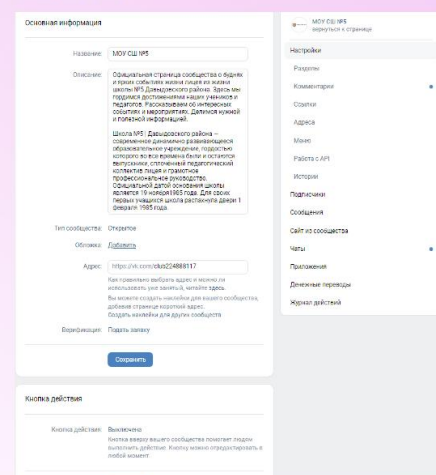


Вот так выглядит заполненная подробная информация

Шаг 10. Настраиваем сообщество

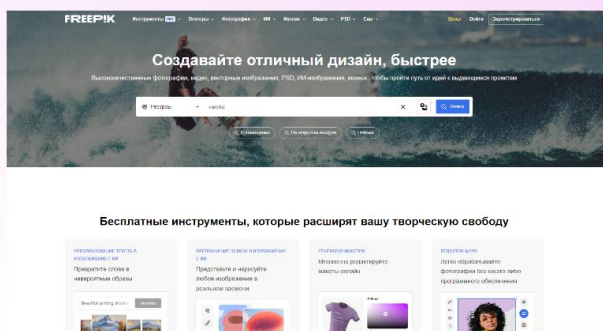


Вот так пока что выглядит страница. Нажимаем «управление» и переходим к основным настройкам

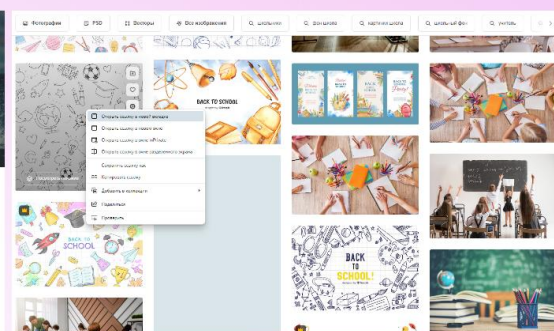


Выбираем адрес сообщества и добавляем обложку

Шаг 11. Выбираем дизайн обложки

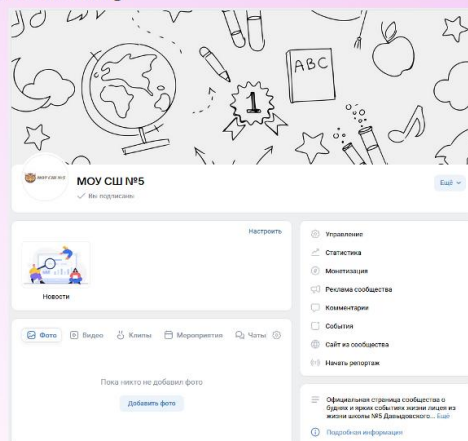
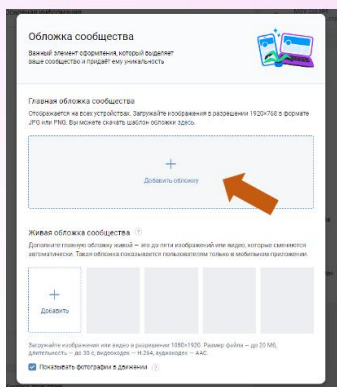


Для выбора дизайна обложки зайдите на сервис [фрипик](https://www.freepik.com). Введите нужную вам тему в поиск



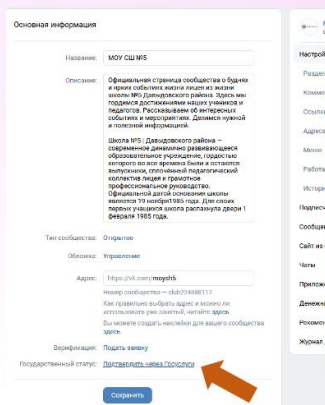
Выбираем понравившееся фото

Шаг 12. Загружаем обложку

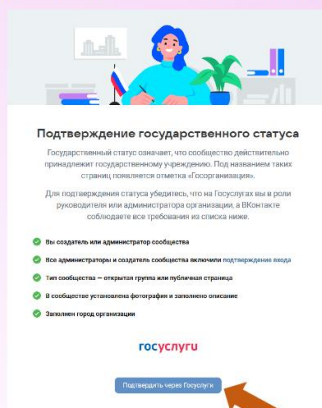


Вот так выглядит итоговый вариант созданного сообщества. Плашка «новости» была добавлена в «управлении»

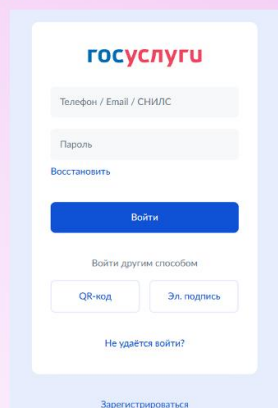
Шаг 13. Подтверждение через Госуслуги



Заходим в управление. Первая кнопка «настройки», нажимаем подтвердить через Госуслуги



Знакомимся с требованиями. Нажимаем подтвердить



Заходим в аккаунт. Подтверждаем и метка — ваша!