



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЕДЕНИЮ СООБЩЕСТВ «РОССИЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ» В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

СООБЩЕСТВО «РОССИЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ» В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

Мир не стоит на месте. Все большую популярность завоевывают социальные сети, которые стали во многом основным способом донесения информации до учащихся общеобразовательных учреждений, родителей и педагогов.

Самыми популярными социальными сетями являются: Instagram, facebook и «Вконтакте».

К сожалению, Instagram, facebook не совсем подходят для активного информирования о деятельности Российского движения школьников в виду своего ограниченного функционала. Поэтому сегодня мы поговорим о сообществе РДШ в социальной сети «Вконтакте».

Данные методические рекомендации составлены на основании личного опыта автора.

1. ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ

1.1. Сообщество Российского движения школьников в социальной сети «Вконтакте» (далее сообщество РДШ) – это инструмент для информирования людей о деятельности организации, а также тренировочная площадка для представителей пресс – центров по созданию образовательного и развлекательного контента, развития навыков SMM – специалиста у учащихся общеобразовательных учебных заведений.

1.2. Основные виды сообществ РДШ используемые в работе Российского движения школьников:

1.2.1. Группа – сообщество необходимое для общения и хранения образовательного и познавательного контента. Группа будет наиболее актуальным сообществом, если делается упор на общение между участниками, а также передачи важной информации в виде документов, медиа - материалов.

1.2.2. Публичная страница – наиболее предпочтительное сообщество РДШ создаваемое в первую очередь для широкого информирования окружающих о деятельности организации. Отличительная особенность – публичную страницу невозможно скрыть в настройках приватности, что упрощает раскрутку сообщества.

2. С ЧЕГО НАЧАТЬ?

2.1. Прежде чем создать сообщество, мы выбираем вид сообщества, наиболее подходящий для нашей деятельности (группа или публичная страница).

2.2. Далее необходимо определить цель нашего сообщества (информирование о деятельности организации, общение между участниками, создания базы данных РДШ и так далее).

2.3. Определяем целевую группу, на которую будет направлено сообщество (как правило, есть несколько основных целевых групп: учащиеся общеобразовательных учреждений в возрасте 12 – 17 лет, родители, педагоги). Важно иметь представление о том, что интересно целевой группе. Одной из самых эффективных форм изучения интересов представителей РДШ является опрос, созданный в свободной форме и распространяемый между учащимися.

2.4. Определяемся с контентом, который планируем размещать в сообществе (раздел 3) и командой, которая будет создавать контент (раздел 4).

2.5. Оформляем сообщество РДШ (раздел 5).

2.6. Определяемся с разделами (раздел 6).

2.7. Составляем контент - план (раздел 7).

2.8. Создаем контент и поддерживаем сообщество (раздел 9).

3. ВИДЫ НАИБОЛЕЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНОГО К РАЗМЕЩЕНИЮ В СООБЩЕСТВЕ РДШ КОНТЕНТА

3.1. «Музыка» - публикуются музыкальные треки на произвольную тематику. Сопровождаются вводным текстом.

3.2. «Личности» - пишем про личность, его поступок, мнение, отношение к событию дня + небольшая информация о нем (не больше абзаца).

3.3. «Активист» - информация об участниках РДШ, наиболее ярко проявившего себя в Движении.

3.4. «Доброе утро» - пожелание с добрым утром.

3.5. «Новости» - информация о деятельности движения.

3.6. «Интересное» - информация про что-то интересное, посвященное событию дня или на произвольную тему, если ничего важного и интересного в день публикации не произошло.

3.7. «Опрос» - проведение опроса на наиболее актуальную тему, произошедшую на недели публикации.

Публикуется один раз в неделю.

3.8. «Поздравления» - поздравление с праздниками, особо важными событиями, а также наиболее значимых для движения личностей.

3.9. «Конкурсы» - информация о конкурсах и акциях, провидимых движением.

3.10. «Игры» - интерактив в сообществе, представляющий собой словесные игры, в которые можно поиграть в текстовом виде в комментариях под публикацией.

4. КОМАНДА ДЛЯ УСПЕШНОГО ВЕДЕНИЯ СООБЩЕСТВА РДШ:

- 4.1. Главный администратор сообщества – человек (предпочтительнее представитель пресс – центра из числа учащихся общеобразовательных учреждений), который отвечает за составление контент – плана, размещения контента, коммуникацию с участниками сообщества и руководством РДШ.
- 4.2. Контент – менеджеры – люди (предпочтительнее представитель пресс – центра из числа учащихся общеобразовательных учреждений), которые занимаются поиском и созданием контента для сообщества.
- 4.3. Дизайнеры – люди, ответственные за создание оформления сообщества и изображения, сопутствующие публикациям.

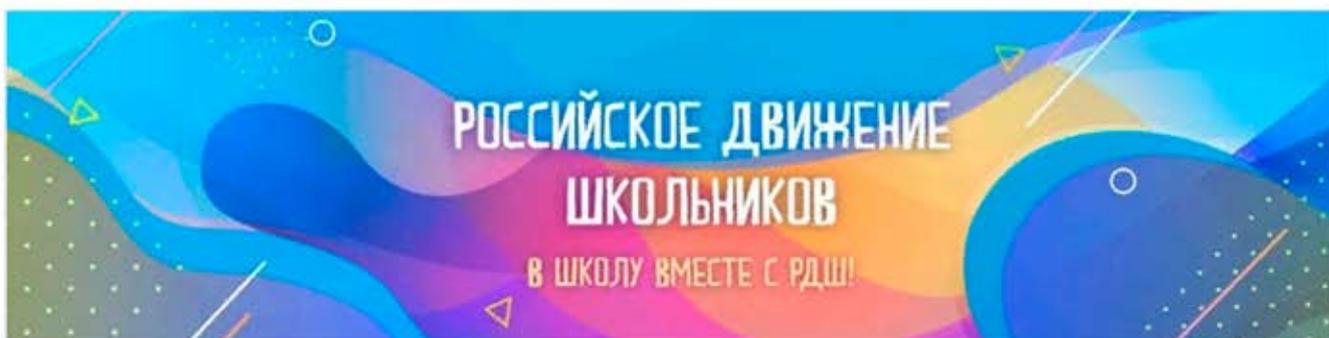
5. ОФОРМЛЕНИЯ СООБЩЕСТВА

Необходимо заранее продумать, как будет выглядеть ваше сообщество (основные цвета, виды афиш и оформление публикаций). Предпочтительнее использовать цвета, которые имеются в брендбуке РДШ. Оформление желательно менять не чаще чем раз в полгода (посетители сообщества должны привыкнуть к оформлению и идентифицировать его).

5.1. Обложка сообщества – верхняя видимая часть сообщества, которая должна содержать: название сообщества, логотип, отличительные элементы сообщества.

Размер обложки - 1590×400. Формат – JPG, GIF или PNG.

5.2. Примеры обложек сообщества:



5.3. Аватар сообщества – изображение, отображаемое возле названия сообщества в левой части. Должно быть общим по стилистике с обложкой и отображать деятельность сообщества.

Желательно (но не обязательно) разметить там логотип РДШ.

Размер аватара – 200 x 200 пикселей. Формат – JPG, GIF или PNG.

5.4. Примеры аватара сообщества:



6. СОСТАВЛЯЮЩИЕ И РАЗДЕЛЫ СООБЩЕСТВА, НАИБОЛЕЕ ОПТИМАЛЬНЫЕ ДЛЯ УСПЕШНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СООБЩЕСТВА

6.1. «Название сообщества» - должно четко отражать суть сообщества («РДШ | Красноярский край»). Желательно, чтобы оно не содержало в себе неизвестных аббревиатур и знаков препинания (если в этом нет особой необходимости).

6.2. «Описание сообщества» - необходимо указать краткую информацию о деятельности РДШ (не более одного / двух абзацев), фамилию, имя, отчества ответственного за РДШ в школе / муниципальном образовании / регионе / направлении (делается это для более оптимальной коммуникации между представителем РДШ и участниками сообщества), контактные данные подразделения (адрес, номер телефона, сайт, адрес электронной почты).

6.3. «Ссылки» – ссылки на сообщества РДШ, а также организации партнеров.

6.4. «Фотоальбомы» – раздел, где размещаются фотографии с мероприятий РДШ.

Для удобства предлагается каждый фотоальбом не только назвать, но и оформить обложку в цветах оформления сообщества для более удобной навигации по альбомам.

6.5. «Видеозаписи» – раздел, где размещаются видеозаписи, имеющие отношения к РДШ или организациям партнеров.

6.6. «Контакты» – раздел с данными представителей РДШ, к которым можно обратиться по каким-либо вопросам.

Желательно чтобы были указаны: фамилия, имя, должность, номер телефона или адрес электронной почты.

7. КОНТЕНТ - ПЛАН

Необходим для наиболее эффективного функционирования сообщества РДШ и грамотного распределения контента. Представляет собой таблицу, где размещается информация о контенте, дата, время и ответственный за контент.

7.1. Контент – план предпочтительнее создавать на неделю вперед.

7.2. Пример контент – плана:

Дата / время	1 сентября
Название рубрики / краткое описание / элементы / ответственный	
8:00	«Доброе утро» / поздравление с днем знаний / текст + изображение / Маша Иванова
11:00	«Новости» / информация о дне знаний в школе № 5 / текст + 3 фотографии / Петя Крылов
13:00	«Конкурсы» / конкурс репостов, посвященный дню знаний / текст + изображение / Вася Петров

8. ОБЩИЕ ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ СООБЩЕСТВ:

8.1. Все разделы сообщества должны быть заполнены («Аудиозаписи», «Видеозаписи», «Фотоальбомы» и так далее). Пустых разделов быть не должно.

8.2. Публикации на стене сообщества рубрик «Новости», «Конкурсы» ставятся в максимально просматриваемое время, исходя из территории.

8.3. Оптимальное количество публикаций в день от 4 до 8.

8.4. К каждой публикации должны быть прикреплены изображения (фотография или тематическая картинка).

8.5. Все публикации желательно сопровождать хештегами: #РДШ #РДШНомер_региона (например, #РДШ24, #РДШ76) #РДШТерритория (например, #РДШКрасноярск, #РДШЖелезногорск)

8.6. Публикации должны появляться регулярно (не реже раза в день). Исключение – время летних каникул, когда активность сообществ РДШ падает.

8.7. Публикации желательно готовить заранее на неделю вперед и убирать в «Отложенные новости», чтобы сократить затраты на постоянный мониторинг выпускаемого контента.

8.8. Предпочтительнее оригинальные публикации от имени сообщества. Именно оригинальные публикации имеют наибольший охват и имеют большее количество просмотров, нежели репосты.

8.9. Важную информацию, размещаемую в сообществах «Российское движение школьников» лучше делать отдельными публикациями и закреплять (таким образом они видны в самом верху сообщества).



9. ПУБЛИКАЦИИ: ВИДЫ И СТРУКТУРА

9.1. Общая информация

- Размер публикаций не должен быть большим (чаще всего не более 2-4 абзацев).
 - Смайлы в публикации приветствуются, так как привлекают наибольшее внимание к тексту. Обратите внимание, что их количество не должно быть слишком большим.
 - Стилль текста – зависит от целевой группы, но предпочтительнее публицистический.
 - Желательно избегать территориальных сокращений (не г. Красноярск, а город Красноярск).
- Также лучше избегать сокращений имени и отчества (не О.В. Петрова, а Ольга Викторовна Петрова).
- Лучше не использовать аббревиатур и терминов неизвестных для целевой группы сообщества.
 - Должности лучше прописывать сокращенно, избегая нагромождения текста.
 - Для вставки гиперссылки на человека или сообщество делаем следующее: копируем ID человека или сообщества (например: <https://vk.com/reev777>, где ID человека будет - reev777), ставим перед ID знак @ и в скобках указываем необходимый текст (например: @ reev777 (Александр Рив)). По итогу получаем кликабельную на человека ссылку в публикации (человеку также придет оповещение о том, что вы его указали в тексте)
 - Обратите внимание, публикацию можно исправить только в течение 24 часов после того как она появилась в сообществе. Если человек сделает репост публикациик себе на страницу или в сообщество и при этом в ней будут содержаться ошибки – они сохранятся вне зависимости от времени редактирования.

9.2. Публикации в сообществе, как правило, имеют несколько видов: анонсы, новости, конкурсы и акции, развлекательные / познавательные публикации, публикации со статьями.

9.2.1. «Анонсы» имеют структуру:

- Заголовок (не обязательно, но желательно)
- Вводная часть (где будет проходить, когда, в честь чего или с какой целью, кто организатор)
- Основная часть (подробное описание того, что планируется)
- Хештеги, имеющие отношение к событию (не обязательно, но желательно).
- Качественное изображение

9.2.2. «Новости» имеют структуру:

- Заголовок, имеющий отношение к событию
- Вводная часть (где проходило событие, когда, в честь чего или с какой целью, кто был главными гостями (не более трех личностей), кто организатор)
- Основная часть (подробное описание того, что происходило)
- Итог (цитата, впечатления, эмоции, что произошло в результате события)
- Хештеги, имеющие отношение к событию (не обязательно, но желательно)
- Качественное изображение

9.2.3. «Конкурсы и акции» имеют структуру:

- Заголовок (не обязательно, но желательно)
- Вводная часть (площадка для проведения конкурса, когда, в честь чего или с какой целью, кто организатор)
- Основная часть (подробное описание того, что планируется)
- Хештеги, имеющие отношение к событию (не обязательно, но желательно)
- Качественное изображение
- Положение или ссылка, где можно узнать все подробности по конкурсу / акции

9.2.4. «Познавательные / развлекательные публикации» (опросы, музыка, интерактив, набор изображений и так далее) имеют структуру:

- Заголовок (не обязательно, но желательно)
- Вводная часть (в честь чего публикация, краткая описания того что люди смогут прочитать)
- Хештеги, имеющие отношение к событию (не обязательно, но желательно)
- Прикрепленный контент (опросы, музыка, интерактив, набор изображений и так далее)

9.2.5. «Публикации со статьями»

- Заголовок (не обязательно, но желательно)
- Вводная часть (в честь чего публикация, краткое описание того что люди смогут прочитать в прикрепленной статье)
- Хештеги, имеющие отношение к событию (не обязательно, но желательно)
- Прикрепленная статья, созданная на платформе «Вконтакте» (как ее оформить описано в разделе 10)

10. СТАТЬЯ НА ПЛАТФОРМЕ «ВКОНТАКТЕ» И КАК ЕЕ ОФОРМИТЬ

Статья на платформе «ВКонтакте» является удобным инструментом для сокращения количества текста в публикации. Статья более удобна в плане оформления и в отличие от простой публикации – редактировать ее можно в любое время и вне зависимости от репостов она изменится, исходя из вашей редакции.

10.1. Для создания статьи находим в поле публикации специальный значок –



10.2. Перед нами появится специальное поле для ввода текста:

Напишите что-нибудь,

Чтобы мама Вами гордилась

10.3. В данном поле мы пишем заголовок и информацию, которую нам необходимо донести до читателей.

10.4. Если текст делится на смысловые отрезки, то после каждого отрезка мы нажимаем Enter и переходим и пишем новый текст.

10.5. Если нам необходимо добавить какой-то контент в статью (фотографию, видео, песню), то мы нажимаем на иконку со знаком «+» и выбираем необходимые медиа - материалы в появившемся меню:



10.6. Если нам необходимо сделать текст в статье полужирным, то для этого мы выделяем текст и в появившемся меню выбираем:



10.7. Если нам необходимо сделать текст курсивом, то выделяем текст и нажимаем значок:



10.8. Если нам необходимо сделать в тексте гиперссылку (на сайт или страницу «ВКонтакте»), то нажимаем кнопку:



После чего в появившемся окне вводим желаемую ссылку и нажимаем Enter



10.9. Для того чтобы прикрепить обложку к статье нажимаем кнопку «Публикация» в верхнем правом углу статьи и в появившемся меню выбираем «Загрузить изображение»:

Подготовка к публикации

Обложка

[Загрузить изображение](#)

10.10. Наша статья готова. Теперь нам необходимо ее прикрепить к публикации. Для этого нажимаем на кнопку «Публикация» и в появившемся меню выбираем «Статья будет сохранена и доступна по ссылке». После чего копируем ссылку:

Статья будет сохранена и доступна по ссылке:

vk.com/@rdshkrsk-primi-uchastie-v-muzykalnom-dik

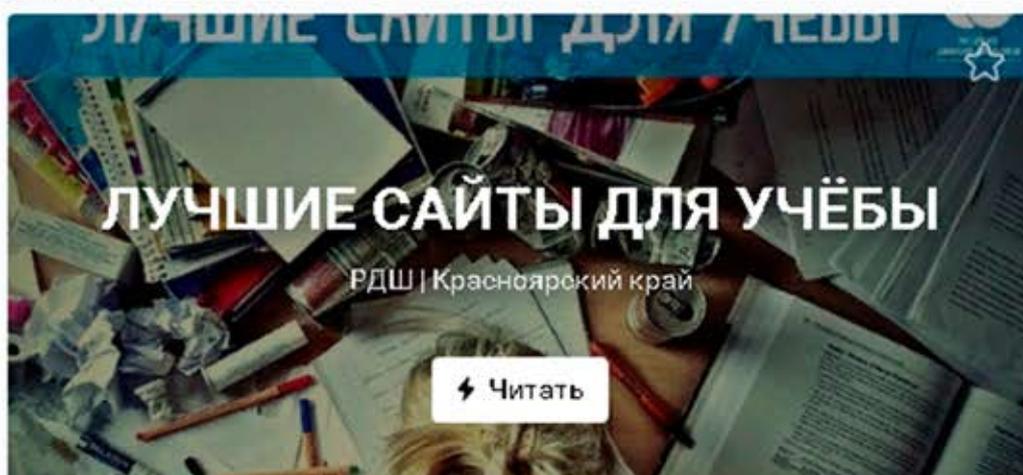
10.11. Скопированную ссылку помещаем в окно с публикацией и ждем, пока она появится в виде отдельного прикрепленного окна. После того как окно со статьей появилось ссылку на статью можно удалять из публикации:



vk.com/@rdshkrsk-luchshie-saity-dlya-ucheby



Статья



11. ОБРАТИТЕ ВНИМАНИЕ!

11.1. Публикации (включая тексты публикуемых песен) не должны содержать нецензурных выражений и жаргонных слов.

11.2. Не допускается публикация материалов имеющих ярко – выраженную религиозную тематику, с упоминанием насилия, разжигания межнациональной розни, пропагандой запрещенных веществ, табака, алкоголя и любого другого контента, предназначенного для лиц старше 18 лет, а также размещение контент противоречащего законодательству Российской Федерации.



Надеемся, что наши рекомендации будут для вас полезными и помогут вам в эффективном создании и ведении сообщества Российского движения школьников «ВКонтакте».

Автор рекомендаций:

Александр Рив

Руководитель информационно-медийного направления РДШ в Красноярском крае.

e-mail: press-rdsh24@mail.ru

vk: [@reev777](https://vk.com/@reev777)

рабочий телефон: 8(391)260-84-44 (с 9 до 18)