

муниципальное дошкольное образовательное учреждение
детский сад № 105

ПРИНЯТО
педагогическим советом
Детского сад № 105
(протокол от 04.09.2024 г. № 1)



**ПОЛОЖЕНИЕ
О ВЕДЕНИИ ОФИЦИАЛЬНЫХ АККАУНТОВ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ
СЕТЯХ В ИНФОРМАЦИОННО-
ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ ИНТЕРНЕТ
(Госспаблик в социальной сети ВКонтакте)**

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о порядке ведения социальных сетей «ВКонтакте» официальных страниц (госпаблики) муниципального дошкольного образовательного учреждения детского сада № 105 (далее – Положение) разработано на основании:

- Федерального закона от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального закона от 14.07.2022 № 270-ФЗ «О госпабликах» (вступил в силу 01.12.2022 года);
- Федерального закона от 09.02.2009 № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»;
- Постановления Правительства Российской Федерации от 31.12.2022 № 2560 «Об утверждении Правил размещения государственными органами, органами местного самоуправления и подведомственными организациями информации на своих официальных страницах, получения доступа к информации, размещаемой на официальных страницах, и осуществления взаимодействия с пользователями информацией на официальных страницах с использованием инфраструктуры, обеспечивающей информационно-технологическое взаимодействие информационных систем, используемых для предоставления государственных муниципальных услуг и исполнения государственных и муниципальных функций в электронной форме, предусмотренной Федеральным законом «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг», и Правил взаимодействия официальных сайтов и официальных страниц с федеральной государственной информационной системой «Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций)»;
- Распоряжения Правительства РФ №2 523-р от 2 сентября 2022 года об определении «ВКонтакте» и «Одноклассников» в качестве площадок для ведения госпабликов.

1.2. Данное Положение регламентирует правила и порядок создания, оформления и ведения официальной страницы муниципального дошкольного образовательного учреждения детского сада №105 (далее – детский сад № 105) социальных сетях «ВКонтакте».

1.3. В Положении используются следующие термины:

- **официальная страница (госпаблик)** – персональная страница организации в социальной сети «ВКонтакте», созданная организацией и содержащая информацию о ее деятельности;
- **пользователь** – гражданин (физическое лицо), организация (юридическое лицо), общественное объединение, осуществляющие поиск информации о деятельности организации;
- **комментарий** – сообщение пользователя в госпаблике, содержащее вопрос, запрос, предложение или жалобу;
- **контент** – совокупность текстовой, графической, визуальной, аудио- и видеoinформации, используемой для наполнения госпаблика.

2. ЦЕЛИ ГОСПАБЛИКА ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

2.1. Всестороннее освещение работы и популяризация деятельности детского сада № 105, оперативное доведение до пользователей актуальной справочной и иной информации о деятельности дошкольной образовательной организации.

2.2. Увеличение путей коммуникации их родителями (законными представителями) и иными заинтересованными пользователями.

2.3. Доступность для пользователей, в том числе с ограниченными возможностями здоровья, получения информации о деятельности дошкольной организации.

2.4. Формирование положительного имиджа детского сада № 105 в образовательном сообществе.

3. СОЗДАНИЕ И КОНТРОЛЬ ГОСПАБЛИКА ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

3.1. Создает, ведет и контролирует функционирование госпаблика ответственный работник, назначенный приказом заведующего детским садом.

3.2. Ответственный за ведение и контроль госпаблика:

- создает и ведет, в том числе наполняет контентом госпаблик организации;
- модерирует комментарии и сообщения в госпаблике, в том числе размещает ответы;
- обеспечивает защищенность аккаунтов госпаблика, в том числе принимает меры, направленные на обеспечение безопасности данных и на защиту аккаунта от несанкционированного доступа;
- разрабатывает контент-план публикаций и утверждает его у руководителя дошкольной организации;
- контролирует своевременность предоставления информационных материалов ответственными лицами для создания контента госпаблика;
- осуществляет отбор информации для госпаблика из онлайн- и офлайн-источников, обеспечивает при необходимости корректировку текстов, фотографий, видео;
- отвечает за достоверность, правомерность и актуальность контента, размещаемого в госпаблике;
- мониторит показатели, характеризующие качество материалов на официальной странице, их актуальность и востребованность – уровень вовлеченности, охваты публикаций, уровень активности, количество публикаций, коэффициент одобрения, и организует меры по повышению этих показателей.

4. ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ ГОСПАБЛИКА СОЗДАНИЕ И КОНТРОЛЬ ГОСПАБЛИКА ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

4.1. Официальная страница дошкольной образовательной организации имеет короткое лаконичное наименование без аббревиатур (допускается использование общеупотребимых аббревиатур, за которыми следует наименование организации). Наименование официальной страницы не должно содержать исключительно прописные символы.

4.2. Официальная страница детского должна иметь визуальное оформление, которое включает в себя:

- основное изображение официальной страницы, выполняющее функции визуальной идентификации (аватар);
- обложку официальной страницы (широкоформатное изображение, размещаемое над основной информацией официальной страницы);
- описание официальной страницы, содержащее основную информацию об органе и организации;
- меню официальной страницы, включающее ссылки, описания и графические изображения

(обложки) для удобства навигации пользователей.

4.3. Меню официальной страницы должно содержать:

- ссылку на электронную форму Платформы обратной связи для выявления мнения пользователей при исполнении органами и организациями своих полномочий (осуществлении функций), в том числе посредством проведения опросов, голосований и процессов участия жителей муниципального образования в публичных слушаниях, и соответствующую обложку пункта меню. Размещается вторым пунктом меню;
- визуальное оформление основного изображения официальной страницы, обложки официальной страницы, пунктов меню должно способствовать идентификации дошкольной организации и легкому восприятию информации о дошкольном учреждении.

5. ПОРЯДОК ОТБОРА И РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

5.1. Информация, размещаемая в госпаблике образовательной организации, должна относиться к одной из двух категорий:

- а) Информации об организации и ее деятельности, в том числе наименование дошкольной организации, почтовый адрес, адрес электронной почты, номера телефонов справочных служб, информацию об официальном сайте детского сада.
- б) Иную информацию, в том числе о деятельности дошкольной образовательной организации с учетом требований действующего законодательства.

5.2. Размещаемая в госпаблике информация должна соответствовать принципам достоверности, полноты и востребованности.

5.3. Информация должна размещаться с учетом особенностей и интересов целевой аудитории, определяемых дошкольной организацией.

5.4. Не допускается размещение в качестве публикаций информации без предварительной проверки на достоверность, доработки и адаптации.

5.5. Информация, размещаемая в госпаблике, может содержать материалы в формате видеоролика, текста, фотографий, изображений или любом другом формате, доступном в социальной сети.

5.6. Ответственное ведение и контроль госпаблика или иной определенный работник должен подготавливать материалы и размещать их в госпаблике в соответствии с контент-планом.

5.7. Контент-план разрабатывается на один месяц и утверждается руководителем дошкольной образовательной организации.

5.8. Информация, размещаемая в госпаблике, не должна:

- нарушать авторское право;
- содержать ненормативную лексику;
- нарушать честь, достоинство и деловую репутацию физических и юридических лиц;
- нарушать нормы действующего законодательства и нормы морали.

6. КОНТЕНТ В ГОСПАБЛИКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ДОЛЖЕН СООТВЕТСТВОВАТЬ СЛЕДУЮЩИМ ПРИНЦИПАМ

Живой язык.

Рекомендации:

- Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают. Максимум — три небольших абзаца.
- Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его.
- Можно использовать эмодзи, но не более 3-5 в одном посте.
- Не используйте длинные предложения и сложные обороты.
- Пишите просто. Представьте, что вы рассказываете новости вашим знакомым.
- Чистоту и читаемость текстов можно быстро и легко проверить с помощью сервиса «Главред».
- Помните, что уместный юмор и образный язык — залог интереса аудитории.

Качественные видео.

Рекомендации:

- Видео — самый популярный формат контента в соцсетях.
- Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому — длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные.
- Для пабликов образовательных организаций подходят информационные ролики с субтитрами.
- Технические требования к информационным роликам: квадратный формат, наличие субтитров, фоновая музыка. Поверьте, это удобно пользователям.
- Идеальный хронометраж — до 1 минуты.
- Призыв к действию в конце ролика: «ставь лайк», «делись с друзьями».
- Выделите ключевые тезисы в субтитрах полужирным или цветом.
- Не злоупотребляйте телесюжетами. Соцсети — не телевизор, тут такое не смотрят.

Качественные фото.

Рекомендации:

- Скучные фотографии и картинки из интернета не интересны аудитории. Люди ставят лайки ярким и «неформальным» кадрам.
- Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры.
- Используйте собственный уникальный визуальный контент. Обработанная фотография с мобильного лучше заимствованных материалов.
- Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек.
- Проверяйте посты перед публикацией и удаляйте «ляпы» в предпросмотрах.
- Внимательно следите за закрытыми глазами и другими обидными мелочами.
- Если у вас есть только постановочные кадры, то лучше сделать инфографику.

Качественные инфографика и карточки.

Рекомендации:

- Инфографика — это визуализация информации. Используйте ее тогда, когда информация сложная и ее много.
- Придерживайтесь правила «одна карточка — один тезис».
- Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше.
- Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов. Это называется

- «визуальный месседж».
- Большинство людей смотрят посты на смартфоне, текст и графика должны быть видны без приближения.
- Пользуйтесь базами готовых пиктограмм.

Итерактивные форматы.

Рекомендации:

- Механики вовлечения и конструктивный диалог повышают доверие вашей аудитории.
- Обращайтесь к аудитории, ведите с ней диалог, задавайте вопросы.
- Проводите опросы и голосования.
- Организуйте конкурсы и флешмобы.
- Публикуйте записи, в которых реагируете на комментарии к предыдущим постам.
- Призывайте к действиям. Люди ответят лайками, комментариями и репостами.

Работа с комментариями.

Рекомендации:

- Важно настроить эффективную коммуникацию со своими подписчиками.
- Ответ на комментарии в социальных сетях — неотъемлемый инструмент общения с пользователями соцсетей. Отсутствие обратной связи в комментариях влечет негативную реакцию пользователей, люди чувствуют себя ненужными.
- Ответ должен соответствовать правилам негласного сетевого этикета.

Истории.

Рекомендации:

- Истории — это популярный формат, который нужно использовать по максимуму.
- Делайте истории вертикальными и на весь экран.
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона.
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео.
- Добавляйте эффекты голосования в истории, вопросы, тесты и другие «фишки».
- Сохраняйте главные истории, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки.

Приземление повестки.

Рекомендации:

- Ваша аудитория должна «примерять» федеральные инфоповоды на себя и видеть пользу от федеральных решений. Помогите ей в этом!
- Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру — расскажите историю конкретного человека, проблему которого удалось решить.
- Возьмите комментарий по теме у местного лидера мнения, которому доверяют люди.

7. ЧАСТОТА И ПЕРИОДИЧНОСТЬ РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ

7.1. Информация, предусмотренная подпунктом «а» пункта 5.1. настоящего Положения, обновляется не позднее пяти рабочих дней со дня изменения соответствующих данных.

7.2. Информация, предусмотренная подпунктом «б» пункта 5.1. настоящего Положения, размещается с периодичностью не реже трех раз в неделю.

7.3. Интервалы между публикациями в одни сутки по времени не менее двух часов.

7.4. Время публикаций выбирается с учетом актуального времени для аудитории и важности инфоповода.

8. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

8.1. Настоящее Положение является локальным нормативным актом, принимается на педагогическом совете детского сада, утверждается приказом заведующего и вступает в силу со дня, указанного в приказе.

8.2. Изменения и дополнения вносятся в настоящее Положение в случае выхода новых нормативных актов, регламентирующих правила и порядок создания, оформления и ведения госпабликов образовательных организаций.

8.3. Все изменения и дополнения утверждаются и вводятся в действие приказом заведующего дошкольным учреждением.

8.4. Положение принимается на неопределенный срок. После принятия Положения (или изменений и дополнений отдельных пунктов и разделов) в новой редакции предыдущая редакция автоматически утрачивает силу.