



УПОЛНОМОЧЕННЫЙ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПО ПРАВАМ РЕБЕНКА



ОТ ЛАЙКА ДО ВОВЛЕЧЕННОСТИ: КАК ВЕСТИ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Методические рекомендации для кураторов
проектов «Вызов» и «0–4» стратегической программы «Дети в семье»
Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по правам ребенка
(для служебного пользования)

Москва 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

Ваш портрет: создаем аватарку.....	2
Приветственный пост: знакомство и позиционирование.....	3
Как “наращивать” аудиторию и расти в охватах.....	3
Какие хештеги используем.....	4
Ключевые источники информации.....	4
Приоритетные темы.....	5
Отметки – это важно.....	5
Как писать, чтобы оставаться интересным аудитории?.....	6
На что еще обратить внимание?.....	7
О чем писать?.....	8
Семьесберегающий подход и как об этом правильно говорить.....	10
Какие смыслы вкладываем в тексты постов.....	10
Терминология.....	11
Ключевые принципы подбора фото к постам с историями семей.....	12
Рекомендации по работе с видеоформатами.....	12
Полезная литература.....	13
Обратная связь.....	13

Как должны выглядеть официальные аккаунты региональных кураторов и специалистов, помогающих семьям в преодолении сложной жизненной ситуации: методические рекомендации по работе в социальных сетях?

«Уважаемые коллеги!

Социальные сети – это отличный инструмент для общения с целевой аудиторией, укрепления имиджа, создания доверия и распространения важной информации.

Наша задача – создать благоприятный образ сотрудников, работающих в сфере профилактики социального сиротства, продвигать ценности семейсберегающего подхода.

С целью повышения результативности и привлекательности ваших аккаунтов в социальных сетях, мы подготовили ряд предложений, которые носят рекомендательный характер и предназначены для служебного пользования. Уверены, они принесут вам пользу и вовлеченность вашей аудитории».

С ЧЕГО НАЧАТЬ?

1. Ваш портрет: создаем аватарку

Используйте в качестве аватарки свою фотографию. Люди лучше реагируют на лица, чем на абстрактные изображения. Это помогает установить визуальный контакт и делает вашу личность узнаваемой для аудитории.

Как это реализовать?

Крупный кадр лица

Ваше лицо должно быть хорошо видно. Избегайте фотографий, где вы слишком далеко или ваше лицо закрыто волосами, головным убором или другими предметами.

Единый фон

Однотонный или нейтральный фон поможет сконцентрировать внимание на вашем лице. Избегайте сложных и отвлекающих фонов.

Качество

Убедитесь, что фотография четкая и хорошего качества.

Размытые или пикселизированные фотографии выглядят непрофессионально.

Выражение лица

Улыбка или доброжелательное выражение лица поможет создать положительное впечатление.

Отказ от абстракций

Фотографии природы, животных или других абстрактных изображений не передают информацию о вас как о личности. Они уместны для личных социальных сетей, но не для профессионального профиля.

Удачные примеры аватарок:

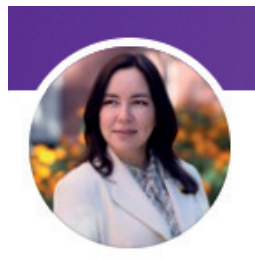
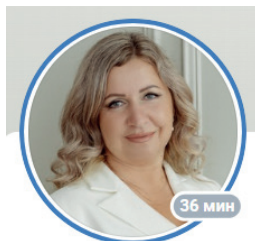
<https://vk.com/id589385278>

<https://vk.com/ombudswoman32>

<https://vk.com/club225398888>

<https://vk.com/rebenokirk>

<https://vk.com/ombudswoman51>



2. Приветственный пост: знакомство и позиционирование

Содержание:

Кто вы

Кратко представьтесь: ФИО (если уместно), должность или роль, которую вы выполняете. Чем занимаетесь в целом. Опишите свою деятельность простым и понятным языком. Избегайте сложной терминологии, которую могут не понять.

Что в работе сейчас

Рекомендуем раз в два месяца делиться с аудиторией тем, над чем вы работаете. Возможно, это сложный случай, где вы помогаете семье, или интересный проект. Такие регулярные обновления помогают поддерживать интерес аудитории к вашей деятельности, люди любят быть в курсе событий.

Роль регионального куратора

Подробно объясните, в чем заключается ваша роль. Какие задачи вы выполняете? За что отвечаете? Какую пользу приносите? Приведите конкретные примеры.

Ценности и миссия (опционально)

Если это уместно, кратко опишите ваши ценности и миссию. Что для вас важно в вашей работе?

Тон и стиль

Используйте дружелюбный и открытый тон. Старайтесь говорить с аудиторией на равных.

3. Как “наращивать” аудиторию и расти в охватах?

Понимание своей целевой аудитории – ключевой момент в создании контента, который будет востребован и привлечет новых читателей. В вашем случае важно ориентироваться на органы исполнительной власти, представителей некоммерческого сектора, семьи с детьми. То есть это те, кто может помочь семье, и те, кому нужна помощь.

- Обратитесь к региональному Уполномоченному по правам ребенка, в профильные ведомства или к региональным депутатам с просьбой о поддержке вашей деятельности в социальных сетях. Это может включать в себя репосты ваших публикаций на официальных страницах, упоминания вашего аккаунта. Свяжитесь с детскими учреждениями в вашем регионе и также попросите их поддерживать ваши посты в социальных сетях. Все это поможет увеличить охваты и привлечь новую аудиторию.
- Создайте публикацию с призывом подписаться на ваш аккаунт, объяснив, о чем вы будете рассказывать и почему это может быть интересно. Попросите друзей, коллег и знакомых распространить эту запись.
- Взаимодействуйте с некоммерческими организациями и лидерами мнений, создавайте совместные публикации и отмечайте аккаунты партнеров, с которыми вы активно сотрудничаете.
- Активно участвуйте в обсуждениях: оставляйте комментарии к постам, статьям и видео, которые соответствуют вашей профессиональной области.
- Снимайте видеоролики и VK-клипы, в них вы можете делиться пользой со своей аудиторией и выступать в роли эксперта в той области, в которой сильны.

4. Какие хештеги используем?

Для быстрого поиска информации и удобной навигации по вашим публикациям рекомендуем использовать указанные ниже хештеги.

Они помогут читателям оперативно находить контент по интересующим их темам:

#Вызов, **#ВИСП** **#ВсероссийскаяИнспекция**, **#ПомогаемВместе** **#ДетивСемье**

Рекомендуем подбирать хештеги в соответствии с темой вашего поста. Например, если вы делитесь информацией о проекте “Вызов”, используйте соответствующий тег.

В случае если публикация посвящена помощи семье и воссоединению родителей с детьми, используйте хештеги **#ПомогаемВместе** и **#ДетивСемье**. Старайтесь использовать один или два хештега, соответствующих содержанию поста.

5. Ключевые источники информации

Подпишитесь на страницу главы региона и на другие официальные региональные источники, используйте информационную карту. Это позволит вам быть в курсе последних новостей и инициатив.

Кроме того, вы можете брать эти новости за основу ваших публикаций и делиться своими мыслями, размышлениями, выводами.



Также, чтобы быть в курсе главных новостей из мира Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по правам ребенка, рекомендуем подписаться на папку с нашими Telegram-каналами:
<https://t.me/addlist/983UtZMuexs2YjI6>

Кроме этого, в вашем доступе:

Региональная карта информационных ресурсов специального проекта «Вызов»

Карта содержит реестр основных информационных ресурсов

(органы власти, СМИ, НКО)

и лидеров общественного мнения регионов,

принимающих участие в специальном проекте «Вызов»

https://drive.google.com/drive/folders/1UJK4eCy3cEecKx5uFuvOSjtk_NyLGvC5?usp=drive_link



6. Приоритетные темы

Проекты «Вызов» и/или «0-4»: уделите этим проектам особое внимание. Рассказывайте об их целях, результатах, историях помощи. Информируйте о вебинарах, встречах и событиях в рамках стратегической программы «Дети в семье».

7. Отметки – это важно

С ростом аудитории рекомендуем время от времени напоминать о целях проектов «Вызов» и «0-4». Подчеркните, что они являются частью стратегической программы «Дети в семье», реализуемой под эгидой Уполномоченного при Президенте Российской Федерации по правам ребенка.

Обязательно отмечайте аккаунты Марии Львовой-Беловой:

<https://vk.com/malvovabelova>

<https://t.me/malvovabelova>



и Всероссийской инспекции:

https://vk.com/ros_inspekciya

https://t.me/ros_inspekciya



8. Как писать, чтобы оставаться интересным аудитории?

Простота и понятность

Забудьте про сложные термины и канцеляризмы. Пишите так, чтобы вас понял любой человек, независимо от образования и должности. Используйте короткие предложения, избегайте сложных оборотов. Представьте, что вы объясняете тему своему другу.

Искренность в коммуникации

Ваша аудитория должна видеть за текстом живого человека, а не безликого чиновника. Рассказывайте истории, делитесь своими мыслями и впечатлениями.

Личный контент и хобби

Не бойтесь рассказывать о себе! Поделитесь своими увлечениями или любыми интересными занятиями. Расскажите, как проводите выходные: ходите в кино, гуляете в парке, встречаетесь с друзьями, занимаетесь садоводством.

Покажите, что вы – обычный человек с интересами и чувствами.

Примеры:

https://vk.com/wall589385278_3684

https://vk.com/wall526537158_3429



Галина Пятых

1/3

Проект 0-4

Всегда радуется, когда нам удаётся помочь семье в преодолении трудной жизненной ситуации.

В непростой ситуации оказалась одна из белгородских семей: хрупкая девушка воспитывает 6 детей, 5 из которых её братья и сёстры, оставшиеся после смерти мамы без попечения родителей.

Очевидно, что всем ребятам нужна была поддержка как психолого-педагогическая, так и материальная.



Татьяна Афанасьева

2/8

Путешествие на перевал Нуку-Дабак: древняя тропа, легенды и незабываемые виды

В эти выходные мне посчастливилось отправиться в одно из самых мистических мест Бурятии – перевал Нуку-Дабак. Это древняя тропа, которая соединяет Тункинскую долину и Окинское нагорье. Путь был непростым, но абсолютно того стоил!

НО! Не забываем про риски

1. Избегайте создавать контент, который подчеркивает ваш высокий уровень жизни, особенно если ваша аудитория состоит из людей с разным уровнем дохода.
2. Демонстрация дорогостоящих покупок, эксклюзивных путешествий может вызвать чувство неловкости или даже обиды.
3. Вместо того, чтобы показывать дорогие вещи, фокусируйтесь на опыте, знаниях и идеях. Например, вместо фотографии из дорогого ресторана, опубликуйте интересный рецепт, который можно приготовить дома.
4. Делитесь историями и советами, которые помогут другим достичь своих целей, независимо от их финансового положения.

Прежде чем поделиться личной информацией, подумайте, как она будет воспринята вашими подписчиками. Учитывайте текущие социальные и экономические обстоятельства.

9. На что еще обратить внимание?

Регулярность

Старайтесь публиковать контент регулярно, чтобы ваша аудитория знала, чего ожидать. Начните с 2–3 постов в неделю, чтобы задать ритм. Если вы уверены в своих силах и у вас накопилось много интересного материала, увеличьте частоту до 4–5 публикаций.

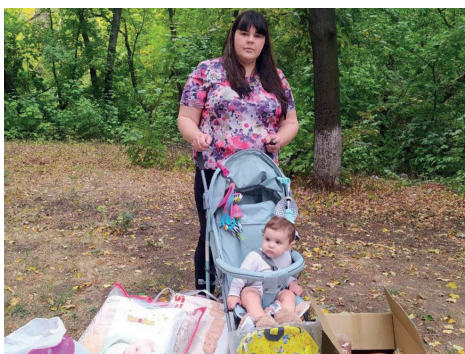
Визуальный контент

Используйте качественные фотографии и видео, чтобы сделать ваши посты более привлекательными. Примеры удачных и неудачных изображений [по ссылке](#).

Удачные примеры:



Неудачные примеры:



Обратная связь

Не забывайте отвечать на комментарии и вопросы ваших подписчиков. Это поможет вам установить связь с аудиторией и понять, что им интересно. Вопросы ваших подписчиков могут стать основой для ваших следующих публикаций. Если у людей возникают вопросы, значит, тема вызывает интерес или недостаточно освещена. Подготовьте развернутую публикацию, посвященную этому вопросу.

10. О чем писать?

Определите от 3 до 5 рубрик, которым будут соответствовать ваши посты. Ниже приведем примеры.

Истории успеха из вашей практики

Публикации о реальных случаях, когда семья смогла воссоединиться с детьми благодаря вашей поддержке. Может быть дана личная оценка ситуации, пример: <https://t.me/detiamur/270>

Рабочие будни

Хроника рабочих дней куратора: консилиумы, выезды в семьи, совещания, личные приемы, рабочие встречи и т.п.

Правовые аспекты и советы

Информационные посты о юридических правах семей, возможностях и шагах, которые нужно предпринять для восстановления родительских прав. Нюансы судебной поддержки.

Психологическая поддержка

Материалы о том, как справляться со стрессом и эмоциями в сложных ситуациях. Статьи и советы о том, как поддержать не только детей, но и родителей, чтобы восстановить доверие и эмоциональную связь. Здесь же могут быть ссылки на интересные публикации по этой теме.

Ответы на вопросы

Регулярные сессии «Вопрос–Ответ», где подписчики могут задавать свои вопросы и получать профессиональные рекомендации по конкретным ситуациям.

Сотрудничество с НКО

Теплый и благодарный рассказ о коллегах из некоммерческого сектора, с кем вы работаете и дружите: как взаимовыручка позволяет делать общее дело и помогать семьям.

Пример: <https://t.me/deti32/4898>

Уполномоченный по правам ребенка в Амурской области



Несправедливость, которая требует внимания

Хочу поделиться своими мыслями о работе сотрудников полиции. Вопрос касается привлечения родителей к административной ответственности по ч.1 ст. 5.35 КоАП РФ. Она касается неисполнения или ненадлежащего исполнения родителями или законными представителями своих обязанностей по содержанию, воспитанию, обучению и защите прав и интересов детей.

● На одном из заседаний комиссии по делам несовершеннолетних и защите их прав привлекли к ответственности маму девятиклассника. Мама – известный специалист в своей сфере. С сентября по январь её сын пропустил 26 уроков по неуважительной причине и получил неаттестацию по 9 предметам из-за отсутствия оценок. При этом к моменту рассмотрения дела подросток закрыл все задолженности.

Инна Мухина



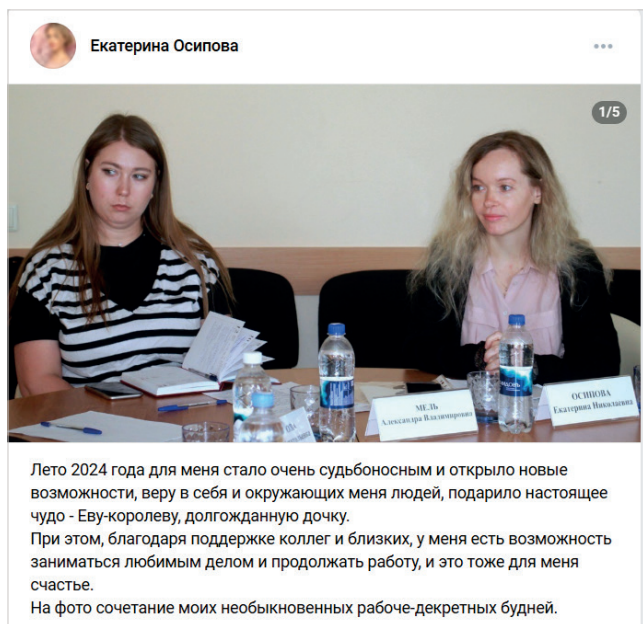
Расширяя сотрудничество с НКО, посетила центр психологии и развития человека «Сфера»

Ваша жизнь

Интересная поездка, рассказ о собственном увлечении, о семье, детях, их учебе и хобби, рецепты любимых блюд, рассказ о недавно прочитанной книге, важные цитаты и т.д.

Вот примеры из социальных сетей региональных кураторов проектов «Вызов» и «0-4»:

https://vk.com/wall4027422_1013

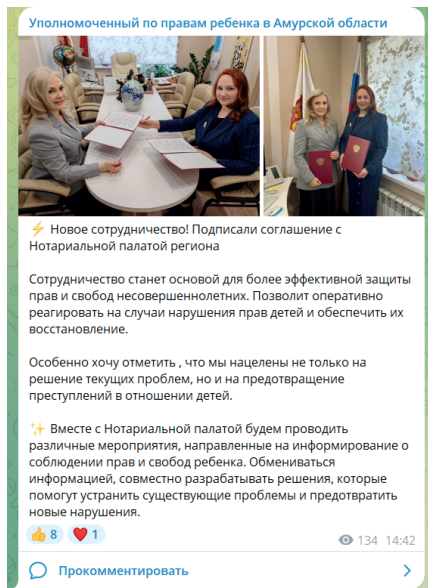


https://vk.com/wall96352154_1241

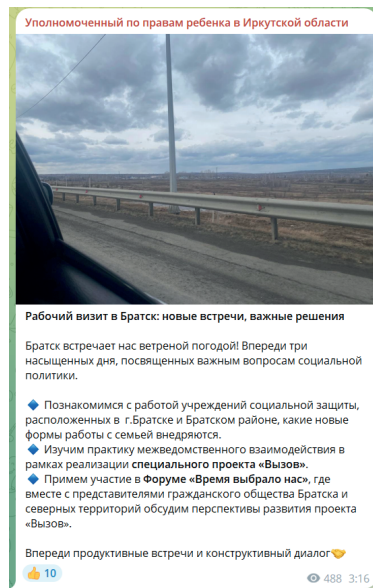


Еще удачные примеры:

<https://t.me/detiamur/290>



<https://t.me/detstvo38/8932>



Чтобы вам было проще вести свою страницу в соцсетях, мы рекомендуем опираться на региональный контент-план проекта «Вызов». Ознакомьтесь с ним и подобрать интересные идеи для публикаций можно, перейдя по ссылке: <https://clck.ru/3JTTUQ>

11. Семейсберегающий подход и как об этом правильно говорить

Этот подход признает важность создания условий, в которых семьи могут самостоятельно, при помощи близкого человека или специалиста справляться с жизненными трудностями.

Говорить о семейсберегающем подходе нужно деликатно и уважительно, избегая навешивания ярлыков. Нужно акцентировать внимание на положительных аспектах, таких как ценность семьи, важность поддержки и взаимопомощи.

Важно:

- делайте фокус на укреплении, развитии, помощи в достижении устойчивого результата для семьи, а не на контроле, проверках и наказаниях;
- подчеркивайте, что все мы хотим, чтобы наши дети выросли здоровыми и счастливыми, и что для этого необходимо поддерживать семьи;
- сосредоточьтесь на практических мерах, которые можно предпринять для укрепления семьи.

Главная цель – показать, что семья – на первом месте.

Подход должен быть конструктивным, поддерживающим и ориентированным на конкретные действия в помощь родителям. Важно избегать навязывания каких-либо моральных установок, оценочных суждений, негативных характеристик родителей, их поведения. Сосредоточьтесь на реальной помощи семьям и ее сильных сторонах.

12. Какие смыслы вкладываем в тексты постов

В текстах, затрагивающих тему семьи и сложных семейных ситуаций, нужно **избегать посылов о беспомощности семьи**. Напротив, необходимо подчеркивать ее силу и потенциал. Так мы способствуем укреплению внутрисемейных связей и сплоченности.

Вместо того, чтобы акцентировать внимание только на трудностях, с которыми сталкивается семья, обращайтесь внимание на ее **стремления к изменениям**, активное участие в процессе и пишите об этом.

Избегайте выражений, которые подразумевают безысходность или неспособность семьи что-либо изменить. Подчеркивайте, что трудности – это временное явление, и семья может преодолеть их, используя свои возможности и поддержку со стороны специалистов.

Главное – это создать текст, который будет поддерживать семью, вселять уверенность в ее силы и подчеркивать активную роль в решении возникающих проблем.

Текст должен быть направлен на укрепление семьи, а не на подрыв ее авторитета и веры в собственные возможности.

Примеры:

Вместо: Семья оказалась в сложной ситуации и не знала, что делать.

Лучше: Семья столкнулась с трудностями, но они объединились и начали искать решение вместе.

Вместо: Мама не смогла обеспечить ребенка всем необходимым.

Лучше: Мама, несмотря на трудности, нашла способ обеспечить ребенку заботу и поддержку, используя свои возможности и обращаясь за помощью к социальным службам.

13. Терминология

Важно понимать, что некоторые термины, которые мы применяем в профессиональной среде, в публичном поле нужно смягчать. Кроме того, использование стигматизирующей лексики даже в простом общении между коллегами говорит об отношении специалиста к человеку и группе. Нужно избегать слов с уничижительным значением, например, “мамочки”, “мамашки”, – это ставит человека в положение ниже говорящего.

То, как мы говорим о людях, влияет на то, как мы их видим и относимся к ним. Если мы постоянно слышим негативные высказывания, это может привести к формированию предвзятого отношения.

Ниже приведем самые распространенные примеры таких терминов и оптимальные варианты их замены.

Так плохо	А так уже лучше!
пьющие родители родители-алкоголики родители любят выпить пьяные родители алкоголики, пьяницы	родители, злоупотребляющие алкоголем родители, имеющие проблемы с алкоголем родители с алкогольной зависимостью (если она установлена)
родители запили отец ушел в запой запойные алкоголики отец достал бутылку в пьяном угаре	родители не справились с ситуацией и начали выпивать произошел срыв
лечится от запоя	проходит реабилитацию проходит терапию от зависимости
пьянство	проблемы с алкоголем возникновение зависимости от алкоголя
семейное неблагополучие	кризис в семье трудная жизненная ситуация жизненные невзгоды
кровная семья	родная семья
биологические (настоящие) родители	родная семья родной отец/папа родная мама/мать
кризисная семья нересурсная семья неблагополучная семья	семья в трудной жизненной ситуации семья, столкнувшаяся с трудностями семья в ситуации кризиса
паллиативный ребенок	ребенок с паллиативным статусом
трудный подросток инвалид	подросток с трудностями поведения человек с инвалидностью
провели рейд, семья на контроле выехали с проверкой взяли шефство над семьей	навестили родителей, оказываем помощь семье, поддерживаем родителей при необходимости
семья на сопровождении	семья получает поддержку

Аббревиатуры – только общепринятые (РФ, МВД, МГУ, ВДНХ и т.п.)
Узкоспециализированные аббревиатуры расшифровываем полностью (например, ОСД – отделение социальной диагностики) либо подбираем простой и понятный синоним.

14. Ключевые принципы подбора фото к постам с историями семей

1. Получение информированного согласия.

Прежде чем делать фотографии, обязательно получите явное информированное согласие от субъекта изображения. Объясните, для чего будут использоваться фотографии и каким образом они будут публиковаться. Вместе с тем организации, которые оказывают помощь семьям с детьми, часто уже имеют такое согласие от получателей социальных услуг. Уточняйте у коллег наличие такого согласия.

2. Формирование положительного либо нейтрального имиджа семьи.

Избегайте попадания в кадр неоднозначных элементов обстановки (отсутствие уборки, предметы личного пользования, несвежая домашняя одежда, голая земля, заборы с надписями на заднем фоне и т.п.).

Внутренний фильтр: “готов ли я увидеть свое собственное фото в той обстановке, которую беру в кадр?”

15. Рекомендации по работе с видеоформатами

Хороший отклик аудитории будут иметь короткие видео.

Ваши комментарии по актуальным для нас темам, включения с региональных заседаний, мини-репортажи с участием воссоединившихся семей. Если длительность видео менее 1 минуты, его лучше разместить в виде «кружочка», если длиннее – в классическом формате.

При работе с видео важно:

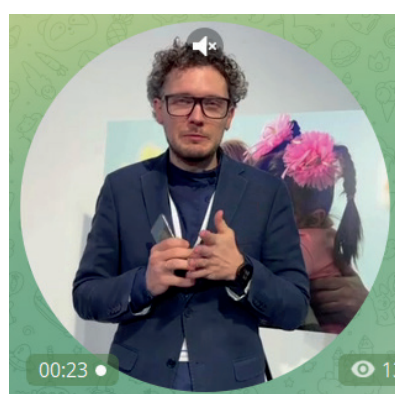
- не снимать селфи, а просить снять вас со стороны;
- вести съемку на уровне лица (не снизу и не сверху, так как такие ракурсы часто оказываются неудачными и искажают черты);
- стараться встать так, чтобы участники съемки не щурились от яркого света или не находились слишком в тени;
- следить за настройками камеры (яркие цвета без блеклости, четкое изображение);
- снимать видео горизонтально (так они будут удачнее смотреться в большинстве социальных сетей).

Примеры ботов для создания «кружочков»:

[@VibesRoundVIP_bot](#)



[@VideoNoteBot](#)



16. Полезная литература

Н. Галь «Слово живое и мертвое»

М. Ильяхов, Р. Скрябин «Большая книга о соцсетях»

М. Ильяхов «Пиши, сокращай»

Т. Асланов «Я знаю, что им ответить»

(книга о сценариях отработки пользовательского негатива в комментариях)

17. Обратная связь

«Мы стремимся сделать нашу работу лучше! Если у вас есть идеи или конкретные дополнения к нашим методическим рекомендациям, пожалуйста, не стесняйтесь делиться ими. Мы внимательно изучим все поступающие предложения и учтем их при обновлении и совершенствовании материала».

Самый быстрый способ связаться с нами

и поделиться своими предложениями –

это написать в telegram по адресу: [@Zaira_Nuhradinova](https://t.me/Zaira_Nuhradinova)

Будем рады услышать ваши мысли и совместными усилиями

сделать наши методические рекомендации еще лучше и полезнее!



Над методическими рекомендациями по ведению социальных сетей работали:
Газарян А.А., Назарова Ю.В., Балан Е.А., Куц Н.В., Евсюкова М.А., Нухрадинова З.Н.,
Генералова О.И.

Мы в социальных сетях:

https://t.me/ros_inspekciya



https://vk.com/ros_inspekciya

