

Материалы по вопросам информационного сопровождения деятельности
советника директора по воспитанию и взаимодействию с детскими
общественными объединениями и реализации Всероссийского проекта
"Навигаторы детства" в Нижегородской области

Информационная политика по сопровождению реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства" в Нижегородской области (далее – Проект) в 2022-2023 учебном году

1. Цель информационной политики

Создание условий для наиболее полного удовлетворения информационных потребностей целевых аудиторий, а также иных лиц, заинтересованных в достоверной информации о реализации Проекта, а также обеспечение и поддержание уровня деловой репутации участников Проекта, формирование позитивного общественного мнения о субъектах Проекта.

2. Задачи информационной политики

- объединить информационное пространство по реализации Проекта в Нижегородской области;
- формировать и поддерживать позитивный имидж специалистов, ответственных за реализацию Проекта, а также продвижение бренда "Навигаторы детства";
- создать условия для формирования и выражения благоприятного общественного мнения о Проекте;
- сформировать систему управления коммуникациями по реализации Проекта в Нижегородской области с действующими и потенциальными партнерами, а также целевыми группами;
- создать условия для формирования качественных медиапродуктов о реализации Проекта, а также отвечающих цели информационной политики.

3. Принципы реализации информационной политики

- *Законности.* Специалисты, ответственные за реализацию информационной политики осуществляют работу в строгом соответствии с законодательством и нормативными актами Российской Федерации;
- *Достоверности.* Любая информация, размещаемая на информационных ресурсах по реализации Проекта может быть проверена пользователями с использованием открытых источников, за исключением сведений, относящихся к закрытой информации в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- *Открытости и доступности.* Своевременное предоставление информации о реализации Проекта заинтересованным лицам, доступ к которой специально не ограничен локальными нормативными актами и законодательством

Российской Федерации. Информация должна быть в удобном формате для ее поиска, обработки и использования;

– *Актуальности и оперативности.* Специалисты, ответственные за реализацию информационной политики ставят перед собой задачу своевременно и в короткие сроки информировать заинтересованных лиц о наиболее существенных фактах и событиях по реализации Проекта в Нижегородской области;

– *Фокусности.* Особое внимание уделяется вопросу информационного освещения реализации Проекта или отдельных связанных с ним проектов на школьном и муниципальном уровнях через систематическое размещение контента, созданного на разных уровнях реализации Проекта: школьными пресс- и медиасетями, в том числе советниками директора по воспитанию, муниципальными пресс-центрами, в том числе муниципальными координаторами.

Порядок предоставления информации и оценок социальных явлений в сфере реализации Проекта, а также образования, воспитания и связанных с этим направлений:

1. Специалисты, ответственные за реализацию информационной политики, вправе не комментировать любую поступающую неподтвержденную информацию, способную нанести вред репутации Проекта, третьих лиц, организаций и компаний, в том числе партнеров.

2. Региональный координатор по реализации Проекта, специалисты ресурсного центра (по согласованию), муниципальные координаторы (по согласованию) и советники по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными организациями (по согласованию) вправе давать профессиональные оценки и комментарии в соответствии с нормами законодательства Российской Федерации при условии согласования озвучиваемых (направляемых) позиций с региональным ресурсным центром.

3. Специалисты, ответственные за реализацию информационной политики Проекта в Нижегородской области обеспечивают подготовку разъясняющих документов по отдельным вопросам деятельности для формирования единого информационного поля на территории региона.

4. Целевые группы по реализации Проекта в Нижегородской области:

- специалисты по реализации Проекта (советники директора по воспитанию и муниципальные координаторы, специалисты регионального ресурсного центра);
- педагогическое сообщество общеобразовательных организаций: учителя-предметники, классные руководители, административные работники;
- педагогическое сообщество в сфере дополнительного образования: методисты и специалисты по развитию и сопровождению детского и молодежного общественного движения;
- родительское сообщество;
- социальные партнеры (некоммерческие организации, проекты и объединения в сфере образования и воспитания);
- школьники и студенческое сообщество;
- руководители и специалисты органов исполнительной власти руководители органов, осуществляющих управление в сфере образования;
- руководители образовательных организаций;
- средства массовой информации и Интернет-издания.

5. Существующие запросы целевой аудитории к информационным ресурсам по реализации Проекта:

Со стороны читателя:

- получение достоверных и актуальных сведений о реализации Проекта;
- получение информации о существующих федеральных и региональных проектах и событиях в сфере образования и воспитания;
- получение информации о существующих детских и молодежных общественных движениях, некоммерческих организациях и способах вступления (присоединения) к их деятельности;
- получение образовательного и информационного контента в сфере образования, воспитания, в том числе практик наставничества, психолого-педагогического сопровождения детей и подростков, работы с детьми, находящимися в тяжелой жизненной ситуации, а также материалы об организации деятельности с педагогическим и родительским сообществами.

Со стороны пользователя:

- возможность размещения новостного и иного контента, созданного самостоятельно (например, советниками директора по воспитанию и командами по воспитанию общеобразовательных организаций);

– возможность оставить обратную связь по реализации тех или иных федеральных и региональных инициатив, проектов, событий.

6. Ключевые события по реализации информационной политики по сопровождению реализации Проекта:

- реализация проекта "Амбассадоры #НавигаторыДетства52";
- реализация медиапроекта #НавигаторыДетства52;
- организация работы региональной медиакоманды по информационному сопровождению Всероссийского проекта "Навигаторы детства" в Нижегородской области;
- разработка редакционной политики в отношении формируемого контента по сопровождению реализации Проекта;
- разработка документов по отдельным вопросам реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства" в Нижегородской области;
- разработка серии имиджевых подкастов и видеороликов с муниципальными координаторами и советниками директора по воспитанию;
- организация тематических прямых эфиров/онлайн-студий с советниками директора по воспитанию и муниципальными координаторами, посвященные тематической дате или какому-либо событию;
- организация краткосрочных образовательных онлайн-интенсивов по информационному сопровождению реализации Проекта в Нижегородской области для целевых групп.

**Рекомендации к содержанию информационного раздела реализации
Всероссийского проекта "Навигаторы детства" на сайтах
общеобразовательных организаций и органов, осуществляющих управление
в сфере образования муниципальных районов, городских и муниципальных
округов Нижегородской области**

Тематический раздел Всероссийского проекта "Навигаторы детства" – страница или группа страниц, расположенная на официальном сайте образовательных организаций и органов, осуществляющих управление в сфере образования, посвященная реализации рабочих программ воспитания, деятельности советников директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями, а также отражение региональной и федеральной повестки Всероссийского проекта "Навигаторы детства", реализуемого в рамках федерального проекта "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации" национального проекта "Образование".

Возможность доступа в раздел должна быть представлена на главной странице сайта в виде **цветного баннера с отображением эмблемы Проекта** или **кнопки с гиперссылкой (кликабельным текстом)** для перехода на страницу. Важно отметить, что необходимо разместить способ перехода так, чтобы он был заметен и доступен для пользователя, не знакомого с информационным ресурсом.

На тематической странице сверху располагается эмблема Проекта – базовый символ, состоящий из стрелки и начертания "Навигаторы детства" (ссылка на визуальное оформление: <https://disk.yandex.ru/d/Z-W1aChxk196ng>). В зависимости от цвета страницы представлено два вида эмблемы.

Обращаем внимание:

- недопустимо добавлять обводку и применять дополнительные спецэффекты к элементам логотипа;
- запрещено менять установленные пропорции эмблемы;
- недопустимо трансформировать отдельные элементы;
- запрещено произвольно перекрашивать элементы логотипа.

Особое внимание необходимо уделять **систематическому** обновлению данного раздела. Основным примером реализации тематической страницы Проекта на сайте общеобразовательной организации может являться региональный ресурс по ссылке: <https://www.association52.org/navigatory52>.

Рекомендуемые блоки тематического раздела:

1. **Состав команды по воспитанию в общеобразовательной организации с указанием** советника директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями, социального педагога и службы медиации, педагога-психолога, заместителя директора по воспитательной работе и педагогов-организаторов, старших вожатых, классных руководителей и др.

2. **Лента актуальных новостей:** удобная интерактивная лента для освещения следующих позиций:

- текущие новости о деятельности советника директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями;
- анонсы федеральных и региональных проектов, событий Примерного календарного плана воспитательной работы на 2022-2023 учебный год;
- реализация рабочей программы по воспитанию в общеобразовательной организации.

3. **Медиаархив:** фото- и видеоматериалы по итогам проведенных мероприятий в рамках реализации Проекта и календарных планов воспитательной работы в общеобразовательной организации.

4. **Методическая копилка** разработок событий и мероприятий, которые провели советники директора по воспитанию и команды общеобразовательных организаций, представление уникального опыта школы – интересные сценарии, творческий и иной материал, который может быть использован в деятельности других школ.

5. **Полезные ссылки:** ссылки на официальные сайты "Российского движения школьников" (рдш.рф), Российского движения детей и молодежи (<https://будьвдвижении.рф/>) Министерства просвещения РФ (<https://edu.gov.ru/>), федеральный аккаунт Всероссийского проекта "Навигаторы детства" (https://vk.com/navigatory_detstva), региональные информационные ресурсы (<https://vk.com/ndetstva52>, <https://t.me/navigatorydetstva52>). Также рекомендуется разместить ссылки на ресурсы Нижегородского регионального отделения РДШ: "ВКонтакте" (https://vk.com/rdsh_nnov), Telegram (https://t.me/rdsh_nnov), Общественной организации "Ассоциация детского движения Нижегородской области" (<https://vk.com/association52>, <https://t.me/association52>), Всероссийского конкурса "Большая перемена: (<https://bolshayaperemena.online>), официальный сайт Всероссийского детско-юношеского военно-патриотического общественного движения "ЮНАРМИЯ" (<https://yunarmy.ru/>).

По желанию раздел может быть наполнен различными инфографическими материалами – карточками с фотографиями, интервью, образовательный контент,

ссылки на образовательные площадки и платформы, которые используются при реализации рабочей программы по воспитанию.

Также рекомендуется обратить особое внимание на орфографические и пунктуационные нормы русского языка при заполнении тематического раздела.

Рекомендации по качеству и оформлению контента, размещаемого в муниципальных и школьных аккаунтах в социальных сетях в ходе реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства" в Нижегородской области

Одним из эффективных инструментов реализации информационного сопровождения деятельности советника директора по воспитанию, команды общеобразовательной организации и реализации календарного плана воспитательной работы является создание контента и его публикация в социальных сетях, используя личные страницы или аккаунты школьных сообществ.

На личной странице советник директора по воспитанию может публиковать следующую информацию:

- анонсы школьных событий, приглашения к участию в проектах и конкурсах различного уровня;
- образовательный и развлекательный контент о деятельности советника директора по воспитанию – ролики (клипы), фотодайджесты, текстовые посты;
- пресс-релизы и собственные отзывы от состоявшихся или посещенных событий.

На странице общеобразовательной организации необходимо систематически уделять внимание публикации новостного контента о реализации календарного плана воспитательной работы. Особые акценты при размещении материалов:

- фиксировать наименование должности "советник директора по воспитанию" с указанием ФИО в тексте;
- использовать содержательные цитаты участников, организаторов событий. Отказаться от использования фраз про "яркие эмоции", "нашел новых друзей" и т.п.;
- избегать "отчетности" и "клише" в контенте;
- не допускать аббревиатур (ОО, МБОУ, НД и прочее).

Обращаем внимание на грамотные формулировки названий и наименований должностей:

- Всероссийский проект "Навигаторы детства" в Нижегородской области;
- Федеральный проект "Патриотическое воспитание граждан Российской Федерации" национального проекта "Образование";

- советник директора по воспитанию и взаимодействию с детскими общественными объединениями (равноценное название – советник директора по воспитанию);
- муниципальный координатор Проекта в Автозаводском районе города Нижний Новгород (если ранее в тексте упоминалось название Всероссийского проекта "Навигаторы детства");
- Рабочая программа воспитания;
- Календарный план воспитательной работы в общеобразовательной организации;
- Общеобразовательная организация (равноценное название – школа).

Особое внимание необходимо обратить на хештеги, которые добавляются до или после текста через пробелы между каждым отдельным тегом. Основная задача тега – формирование федеральной и региональной ленты событий, анализ информационной активности по реализации Проекта.

Обязательные хештеги для использования в материалах: #НавигаторыДетства #НавигаторыДетства52 #Росдетцентр #РДШ #РДШ52 #Образование52. Данные теги размещаются для каждого отдельного поста. Дополнительно могут быть добавлены теги муниципального района, городского или муниципального округа, а также тематической акции/события, федерального события, общеобразовательной организации.

Требования к текстовому материалу

Логика построения текста – смысловое оформление информации о событии по определенной структуре.

ЗАГОЛОВОК – короткое и емкое название новости. Заголовок должен отражать суть новости, быть кратким, емким. Отвечает на вопрос "*кто?*", "*что сделал?*" и "*где сделал?*".

Например:

- Нижегородский советник директора по воспитанию принял участие во Всероссийском форуме "Ростов";
- В Нижегородской области состоялось установочное совещание по реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства".

ЛИД – тезис, заключающий в себе суть новости. Задача – заинтересовать читателя. Объем – 2-3 предложения.

Например:

- Российское движение детей и молодежи и Российское движение школьников совместно проводят Всероссийскую акцию "Спасибо за заботу"! Акция проходит с 8 по 10 сентября 2022 года;
- Школьники и педагоги Нижегородской области 12 сентября 2022 года встретились в "Точке кипения" Мининского университета на региональном интенсиве по подготовке к форуму ученического самоуправления, который пройдет на территории Международного детского центра "Артек". Ребята, которые были приглашены на интенсив прошли конкурсный отбор. 22 школьника стали его победителями из 130 направленных заявок.

ФАКТ – основная часть, отвечающая на основные вопросы: что за событие произошло? Где это событие произошло? Кто являлся организатором этого события? Каковы суть и содержание проведенного события? Необходимо обозначить присутствие официальных лиц и спикеров. Достаточно одной должности и имени-фамилии (без отчества).

ОБОЛОЧКА – финал новости, лаконичное заключение.

Оформление текста очень важно для любого читателя:

- деление на смысловые абзацы;
- умеренное использование эпитетов, метафор и украшений;
- отсутствие аббревиатур, например, МБОУ СШ можно заменить на Школа;
- умеренное использование SMM-технологий (эмодзи, хэштеги, гиперссылки);
- наличие единого стиля кавычек и знаков препинания в тексте;
- соблюдение правил и норм русского литературного языка и использование уместного молодежного сленга.

Любой пост-релиз или новостной контент – это **не отчет** о проведенном мероприятии, а смысловой фактический рассказ о прошедшем событии. Также просим отказаться от фраз-клише: "Ребята узнали много нового", "Школьники получили массу эмоций и впечатлений, нашли новых друзей и знакомства", "На мероприятии было интересно и весело". Они не отражают суть происходящего и как правило используются для того, чтобы материал выглядел более полным. Вместо данных фраз используйте цитаты школьников, педагогов, организаторов о событии, расскажите про непосредственно этапы мероприятия.

Особое внимание необходимо обратить на наличие в текстовых материалах обратной связи и цитат советников директора по воспитанию, организаторов событий, участников – школьников, выпускников и студентов, родителей,

которые отражают профессиональную конструктивную деятельность, а не эмоциональную составляющую.

Цитата всегда дается в контексте профессиональной деятельности:

- какие знания, умения, навыки я получил(-а);
- как я буду использовать это в своей деятельности;
- кому и где я смогу рассказать о том опыте, который я приобрел(-а);
- чем полученный опыт поможет мне в работе с детьми / родителями /

классными руководителями / партнерами.

Например:

Цитата №1: "В ходе регионального форума по реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства", для меня было важно услышать ответ на вопрос – какие сегодня подходы в работе с подростками актуальны, как заинтересовать современного ребенка и вовлечь в социально полезное творчество. Особенно я бы отметила встречу с некоммерческими организациями региона, где был представлен опыт реализации различных детско-взрослых инициатив".

Цитата №2: "На интенсиве "Орлята России" мы разобрали геймификацию программы пришкольного лагеря, а также "прожили" разные виды нетворкинга – общения и установки деловых коммуникаций. Сегодня мы уже запланировали проведение подобного образовательного интенсива среди педагогов и начальников пришкольных лагерей округа".

Ссылка на видеоурок о том, как грамотно и качественно составить пресс- и пост-релиз: <https://youtu.be/UTxC2-FJcsw>

Требования к фотоматериалам

- формат присылаемой фотографии — JPG, PNG;
- размер файла фотографии не должен быть очень маленьким (менее 100 Кбайт) — в большинстве случаев это говорит о его низком качестве. При сохранении файла желательно выбирать качество в среднем 80% (либо степень сжатия не менее 8);
- ориентация фотографии – горизонтальная (соотношение сторон 16:9), вертикальная (9:16);
- архивные снимки (до "цифровой эры" фотографии) и редкие снимки могут быть опубликованы и в меньшем размере. Решение принимается в каждом конкретном случае;
- снимок должен быть выровнен по горизонтали и/или вертикали в зависимости от сюжета и компоновки;

- не допускаются снимки с недостаточным качеством изображения. Снимок не должен быть очень темным (недоэкспонированным) или, наоборот, засвеченным (переэкспонированным);
- снимок должен быть обрезан так, чтобы по возможности не было лишних объектов и деталей;
- не рекомендуется оставлять на фотографии цифровые аппаратные или иные отметки о дате съемки;
- изображение не должно быть размытым и недопустимо чрезмерное увеличение резкости;
- возможно умеренное использование фильтров и обработки фотографий, если это направлено на повышение качества материала и не искажает запечатленную действительность;
- на фотографии должен легко определяться центр фотографии;
- рекомендуется использовать не более одной фотографии общего (постановочного) плана, где располагается весь коллектив;
- запрещается искажать эмблемы, надписи, логотипы и слоганы при обработке фотографического материала;
- обязательное наличие брендовой одежды для советников директора по воспитанию (рубашка или футболка/бомбер/свитшот);
- разные планы фотографий – крупный, средний, общий.

Краткий видеоурок о композиции фотографии и примерах интересных кадров: https://youtu.be/165nm3r_eHs

Примеры качественных фотографий, соответствующих требованиям, по разделам и видам съемки размещены по ссылке: <https://disk.yandex.ru/d/d6G-jiv2lR6uIA>

Требования к видеоматериалам

- горизонтальная съемка или вертикальная (при конкретных запросах в рамках онлайн-акций);
- соотношение сторон кадра – 16:9 для горизонтальной позиции, 9:16 для вертикальной позиции;
- Разрешение – Full HD;
- наличие начальной и конечной заставки с указанием названия мероприятия, района/округа и образовательной организации, наличие эмблемы Российского движения школьников (верхний правый угол), исключая изменение цветовой гаммы и пропорций существующего символа;

- наличие информационных заставок о людях, которые будут присутствовать в видеоролике, и давать интервью или комментарии по поводу проведения и организации мероприятия с указанием ФИ, ниже – должность;
- соблюдение качества съемки: отсутствие дрожания кадров, обрывания съемки, наличие плавных переходов;
- использование дополнительного оборудования для звука (петлички, радиомикрофон) и кадра (стабилизатор, штатив, осветители);
- наличие четкой музыкальной подложки (не включая исходные файлы), отсутствие лишних шумов;
- продуманное и грамотное использование и компоновка кадров, отснятых в рамках проведенного мероприятия;
- обязательное наличие брендовой одежды для советников директора по воспитанию (рубашка или футболка/бомбер/свитшот).

Инструменты организации информационного сопровождения реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства"

При организации информационных кампаний в рамках событий, проектов и мероприятий вне зависимости от формы их проведения наиболее продуктивным является пошаговый принцип планирования и реализации информационного освещения деятельности. Обращаем внимание на то, что ежемесячно в срок до 25 числа муниципальным координаторам необходимо предоставлять в региональный ресурсный центр медиаплан по информационному сопровождению реализации Проекта в муниципальном районе, городском или муниципальном округе.

1. Определите цель и задачи, которые должны быть достигнуты в процессе информационного сопровождения. Важно, чтобы целевые установки были реальны и отвечали категории SMART (конкретность, измеримость, достижимость, уместность, ограниченность). Обозначьте ожидаемые результаты как качественные, так и количественные: важно понимать, что мы хотим получить по итогу выполненной работы.

2. Определите медиакоманду из числа активистов детского и молодежного общественного движения, членов школьных телестудий и пресс-центров. На уровне муниципального района, городского или муниципального округа медиакоманда состоит из школьников и советников директора по воспитанию. На уровне общеобразовательной организации советник директора по воспитанию является человеком, задача которого обеспечить условия для создания контента, а также контроль качества материала.

3. Сформируйте медиаплан. В основе плана лежат конкретные материалы, которые позволят выстроить систему информационного сопровождения, так как процесс создания контента является непрерывным. Эти акции обязательно связываются единым стилем (подходом) информационной кампании.

Основной инструмент **планирования деятельности** – медиаплан, куда вносятся события, происходящие в образовательной организации или детском объединении на неделю или месяц.

Пример медиаплана для информационного сопровождения событий:

Событие (название, форма мероприятия)	Краткое содержание (цель события, планируемая аудитория)	Дата, время	Место проведения (уточнение пространства для выбора съемки)	Планируемое информационное освещение (информационные ресурсы, на которых возможно размещение информации)	Фактическое информационное освещение (ссылки на размещенные материалы)
--	---	----------------	--	---	--

4. Определите необходимые ресурсы в информационной кампании. Следует помнить, что ресурсы бывают не только финансовыми или техническими. Главное – люди и окружение. Особое внимание следует уделять тем, кто будет реализовывать информационную кампанию – авторы контента, редакторы, ответственные за публикацию на ресурсах. Особое внимание следует обратить на социальных партнеров: какие информационные ресурсы также смогут разместить необходимую вам информацию (сайты и социальные сети, периодические издания, наружная реклама, TV и радио).

5. Организуйте обратную связь. Для этого должна существовать разветвленная система обратных связей с теми, на кого направлена информационная кампания. Информативными индикаторами являются комментарии к размещенным постам, сообщения на почту, личные встречи. Создайте анонимный опрос по итогам события на информационных ресурсах и реализуйте право людей на обратную связь, задав вопросы об оценке события, оставив место для их личных мыслей. Получаемую от обратной связи конструктивную информацию вне зависимости от того позитивная она или негативная обязательно необходимо анализировать всей командой.

6. После реализации – проанализируйте полученный результат. Отследить успех информационной кампании можно на основании статистических данных и выполнения тех показателей, которые установлены на 1 этапе: участие в предлагаемом событии, охват по просмотрам, отметкам

"нравится", репостам рекламного контента, увеличение аудитории в сообществе социальной сети, комментарии.

Отдельные аспекты работы с обратной связью по реализации Всероссийского проекта "Навигаторы детства"

Обратная связь – ответная реакция человека или группы лиц на получаемую информацию, совершаемое действие или реализованное событие. Основной акцент в обратной связи нужно сделать на том, что каждый отклик должен быть обработан и не оставлен без внимания.

Обратная связь может быть следующих типов:

- позитивная (слова благодарности, смайлики, стикеры);
- конструктивная (вопросы, суждения о найденных проблемах и способах их решений, предложения к администраторам ресурса или организаторам событий);
- деструктивная (реклама сторонних проектов, не относящихся к Проекту, спам, негативные эмоции, вопросы не по теме).

На любую обратную связь, размещенную в комментариях или ответных формах общего доступа необходимо дать ответ по следующим схемам:

1. Обратная связь позитивная: модель ответа может содержать в себе позитивный отклик, стикер, смайлик, предложение принять участие в следующем проекте.

Пример №1:

– Пользователь: Да, это наш советник по воспитанию! Она у нас самая лучшая в школе!

– Ответ: Пользователь, как мы рады за тебя (Вас)! Ты можешь разместить этот пост и у себя на странице, чтобы все твои друзья знали какой у тебя классный советник директора по воспитанию!

Пример №2

– Пользователь: Какое крутое событие у вас состоялось! Надеюсь, что будут еще!

– Ответ: Пользователь, мы рады что тебе (Вам) понравилось! Пока ты ожидаешь следующего события, предлагаем тебе зарегистрироваться на наш образовательный курс: (ССЫЛКА), и конечно-же не забудь включить уведомления от нашей группы!

2. Обратная связь конструктивная: модель ответа содержит в себе обязательный отклик о том, что информация принята к действию, а также если

вопрос требует дальнейшего сопровождения – указать к кому и по какому каналу связи можно обратиться.

Пример №1

– Пользователь: Был у вас на событии – все понравилось, но есть одно но: при электронной регистрации не все пользователи были учтены, поэтому моему другу пришлось диктовать свои данные на стойке администратора.

– Ответ: Спасибо за Вашу обратную связь! Мы обязательно учтем это в следующих событиях. Будем рады видеть тебя (Вас) и твоего(Вашего) друга снова!

Пример №2

– Пользователь: Скажите, а как я могу зарегистрироваться на описанный конкурсный отбор, если у меня определенная ситуация. Мне нужно кое-что уточнить.

– Ответ: Добрый день! Адресуйте пожалуйста твой (Ваш) вопрос в сообщения сообщества. В ответном сообщении с тобой (Вами) свяжется муниципальный координатор (советник директора по воспитанию) и постарается ответить на твой (Ваш) вопрос!

3. Обратная связь деструктивная, негативная: модель ответа будет заключаться в локализации ситуации и переводе ее в конструктивное русло. Обращаем внимание, что удалятся комментарии могут только те, которые нарушают правила пользования сообществом, законодательство Российской Федерации или содержит в себе ссылки и материалы не относящиеся к Проекту. С остальными комментариями всегда необходимо отработать, но не вступая в общественную дискуссию.

Пример №1

– Пользователь: Вообще неуместное мероприятие! Просто не понимаю зачем и для кого вы это проводите! Кого воспитываете?!!!!!

– Ответ: Добрый день! Обращаем внимание, что для Ваших конструктивных предложений и мнений можно воспользоваться сообщениями сообщества (или указать иной канал связи кроме личных данных). Мы обязательно учтем Ваше мнение.

Пример №2

– Пользователь задает вопрос не по теме Проекта: Как цены поднялись в магазинах! Что делать! И дети это видят!!!!!!

– Ответ: не предполагается. Комментарий удаляется.

Пример №3

- Пользователь: Срочно остановим вращение земли! Ссылка на петицию: (ссылка).
- Ответ: не предполагается. Комментарий удаляется.

Обращаем внимание на то, что авторы конструктивной обратной связи по итогам общения могут быть включены в вашу команду по созданию событий различных форматов.

**Вопросы безопасности по информационному сопровождению реализации
Всероссийского проекта "Навигаторы детства"**

В связи с развитием информационного пространства и работой с контентом важно соблюдать правила работы в сети Интернет, а также соблюдать принцип защиты контента.

1. В сообществе администраторами могут стать только те, с кем Вы лично знакомы. Обращаем внимание, что лучше оставлять роль "редактора" для пользователей в настройках сообщества.

2. Все редакторы и администраторы сообщества должны включить в настройках аккаунта двухфакторную аутентификацию – подтверждение входа, а владелец сообщества должен активировать данную функцию в сообществе (Управление сообществом – Участники – поставить галочку "Подтверждение входа"). Ссылка на дополнительную инструкцию: <https://vk.com/faq18202>.

3. Не переходить по ссылкам странного вида, типа и содержания от незнакомых пользователей или размещенных на незнакомых ресурсах.

4. Не публиковать в открытом доступе личную информацию – всю совокупность персональных данных пользователей, а также не вести открытые сборы данных через любые виды форм для регистрации.

5. Не размещать в открытом доступе ссылки на чаты в социальных сетях, ссылки для подключения к онлайн-вебинарам и совещаниям, пароли или логины доступа от каких-либо аккаунтов. Это может привести к виртуальному хулиганству – подключение к чатам неустановленного круга лиц с целью спаминга (размещения запрещенного материала, рекламных ссылок) и зумбомбинга (срыв совещаний и общения в чатах).

6. Не реагировать на агрессивное поведение и провокационные сообщения пользователей. Не вступать в диалог.

7. Проверять поступающую к Вам информацию. Специалисты ресурсного центра направляют информацию только с официального

электронного адреса: patriotno52@yandex.ru, а также по установленным каналам связи.

8. Обращаем внимание на то, если Вам поступил звонок от неизвестного человека вне зависимости от того как он представился – уточните у специалистов регионального ресурсного центра "Навигаторы детства" о том действительно ли звонок и условия правомерны. Актуальный перечень специалистов РЦ размещен на сайте: <https://www.association52.org/navigatory52>. Остерегайтесь телефонного мошенничества в виде сообщения данных карт и перевода денежных средств.

9. Не размещайте на страницах и в сообществах неподтвержденную информацию, полученную из различных чатов в скриншотах и текстовых файлах. Данные сообщения могут являться фейками или спам-контентом. Вся информация, публикуемая в сообществах и на личных страницах должна быть проверена и получена через официальные сайты органов власти, ведомств и проектов.

10. Помните, что безопасность сообществ и личных страниц начинается с осознанности использования социальных сетей и мессенджеров. Обращайте внимание какую информацию и в какие чаты Вы пересылаете.

Приложение № 2
к письму РРЦ
"Навигаторы детства"
от 27.09.2022 № 4

МЕДИАПЛАН

по информационному сопровождению Всероссийского проекта "Навигаторы детства" в Нижегородской области
в муниципальном районе, городском и муниципальном округе
на НОЯБРЬ 2022 года

№ п/п	Событие (название, форма мероприятия)	Краткое содержание (что будет происходить? формат?)	Дата, время	Место проведения (уточнение пространства для выбора съемки)	Планируемое информационное освещение (информационные ресурсы, на которых возможно размещение информации)	Ответственный за формирование материала
1.	Медиапроект #НавигаторыДетства_Ардатовский	Медиапроект – интервью с советниками директора по воспитанию Ардатовского округа Формат – онлайн-статья	01.11.2022 – 15.11.2022	Информационные ресурсы	Группа в социальной сети "ВКонтакте" (ссылка) Телеграм-канал (ссылка) Группы общеобразовательных организаций	Иванов И.И., 8 800 555 35 35
2.	Фестиваль "Команда52"	Фестиваль стендовых презентаций школьных команд по воспитанию в ДДТ Ардатовского округа	21.11.2022	Ардатов, ул. Школьная, д. 1	Группа в социальной сети "ВКонтакте" (ссылка) Телеграм-канал (ссылка) Группы общеобразовательных организаций	
...						

Приложение № 3
к письму РРЦ
"Навигаторы детства"
от 27.09.2022 № 4

ПЛАН ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СРЕДСТВАМИ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ
по информационному сопровождению Всероссийского проекта "Навигаторы детства" в Нижегородской области
в **муниципальном районе, городском и муниципальном округе**
на октябрь-декабрь 2022 года

№ п/п	Содержание деятельности	Краткое описание деятельности	Дата проведения	Ответственные за реализацию (ФИО, телефон)	Планируемое информационное освещение (издания и платформы для сопровождения)
Организационная работа					
Периодические публикации					
Совместные мероприятия					