БАШКИРСКАЯ АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СЛУЖБЫ И УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ГЛАВЕ РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

2024

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

учебно-методическое пособие

Уфа 2024

УДК 37:004
ББК 74.04

Печатается по решению Совета по цифровому развитию
ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан», протокол №2 от 31.05.2024 г.

Рецензенты:
Дорофеев А.В., доктор педагогических наук, профессор кафедры высшей математики ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский горный университет императрицы Екатерины II»
Васильева Л.И., кандидат технических наук, доцент, заведующий кафедрой информационных технологий ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы»

Распространение и иное использование данных материалов
разрешается в образовательных и личных целях с указанием ссылки на источник

Авторы-составители: Сергиенко И.В., Габбасов Р.Ф., Крымова М.А., Сергиенко Е.Б., Тангатаров Р.Р.

Применение социальных сетей в профессиональной деятельности специалиста. Учебно-методическое пособие – Уфа: ГБОУ ВО «БАГСУ», 2024 – 236 с.

Настоящее учебно-методическое пособие предназначено для обучающихся образовательных организаций высшего, среднего профессионального и дополнительного образования в процессе изучения дисциплин, формирующих общепрофессиональную компетенцию – «способность использовать современные информационные технологии и программные средства при решении профессиональных задач».

Направлено на получение теоретических знаний и практических навыков применения социальных сетей научно-педагогическими кадрами и специалистами в процессе реализации профессиональной деятельности, расширение представления о возможности применения социальных сетей в условиях цифровой трансформации.

© Сергиенко И.В., 2024
© Габбасов Р.Ф., 2024
© Крымова М.А., 2024
© Сергиенко Е.Б., 2024
© Тангатаров Р.Р., 2024
© ГБОУ ВО «БАГСУ», 2024.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ **4**
ГЛАВА 1. СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА **6**
§1.1. Социальные сети: основные характеристики, статистические данные, нормативно-правовая база применения 6
§1.2. Рекомендации по работе в социальных сетях 13
ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 1 ..... **37**
ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 1 ..... **38**
ГЛАВА 2. ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА **41**
§2.1. Социальная сеть «ВКонтакте»: понятие и регистрация 41
§2.2. Социальная сеть «ВКонтакте»: основные разделы, функционал 47
§2.3. Социальная сеть «ВКонтакте»: создание сообществ 78
ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 2 ..... **109**
ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 2 ..... **110**
ГЛАВА 3. ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ОДНОКЛАССНИКИ» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА **112**
§3.1. Социальная сеть «Одноклассники»: структура и содержание 112
§3.2. Основы работы в социальной сети «Одноклассники» 115
ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 3 ..... **196**
ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 3 ..... **197**
ГЛАВА 4. ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «TELEGRAM» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА **199**
§4.1. Социальная сеть «Telegram»: содержание, установка и регистрация. 199
§4.2. Создание и управление групповым чатом в социальной сети «Telegram» 211
§4.3. Организация онлайн-взаимодействия в социальной сети «Telegram» 219
ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 4 ..... **225**
ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 4 ..... **226**
ГЛОССАРИЙ **228**
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ **232**
КЛЮЧИ К ТЕСТАМ-ТРЕНИНГАМ **236**

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время социальные сети являются важнейшим и современным средством коммуникации специалиста, а также инструментом выстраивания эффективного взаимодействия с коллегами, гражданами, сообществами в Интернет-пространстве, посетителями социальных сетей. Социальные сети становятся объектами и средствами управления, используются для решения как личных задач, так и задач в рамках профессиональной деятельности и деятельности организации в целом.

Настоящее учебно-методическое пособие «Применение социальных сетей в профессиональной деятельности специалиста» направлено на совершенствование уже сложившихся и формирование недостающих профессиональных компетенций по применению социальных сетей у обучающихся и специалистов различного профиля подготовки, профессионального опыта и уровня компетентности. В нем даны рекомендации по ведению страницы организации в социальных сетях, представлен алгоритм работы в таких социальных сетях как «ВКонтакте», «Одноклассники», «Telegram». Данное пособие значительно расширяет представления о возможностях применения социальных сетей в ходе решения профессиональных задач, что повышает эффективность осуществления профессиональной деятельности в условиях развития цифровой экономики.

Структура пособия представлена введением, четырьмя главами, вопросами и заданиями для самоподготовки, тестами-тренингами, заключением, глоссарием, списком литературы и приложениями:

- ❖ Глава 1. Социальные сети в профессиональной деятельности специалиста.
- ❖ Глава 2. Применение социальной сети «ВКонтакте» в профессиональной деятельности специалиста.
- ❖ Глава 3. Применение социальной сети «Одноклассники» в профессиональной деятельности специалиста.
- ❖ Глава 4. Применение социальной сети «Telegram» в профессиональной деятельности специалиста.

Каждая глава пособия представляет собой законченную по содержанию учебно-методическую единицу, взаимосвязанную с другими главами, что обеспечивает системность и полноту восприятия материала. Пособие содержит алгоритмы практических действий и оценочные задания (тесты-тренинги, вопросы и задания для самоконтроля) для закрепления

приобретенных знаний и умений, глоссарий и список использованных источников.

Учебно-методическое пособие разработано с учетом действующего законодательства РФ. Предложенные материалы выступают в роли содержательного ресурса, на основе которого слушатель, опираясь на собственный профессиональный методический инструментарий и цифровые компетенции, организует профессиональную деятельность в цифровой среде.

ГЛАВА 1.
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

§1.1. Социальные сети: основные характеристики, статистические данные, нормативно-правовая база применения

Социальные сети являются важнейшим и современным средством коммуникации специалиста, инструментом выстраивания эффективного взаимодействия с коллегами, гражданами, сообществами в Интернет-пространстве, посетителями социальных сетей (рис. 1).



Рисунок 1. Социальные сети

Иллюстративный материал заимствован из общедоступных ресурсов интернета

Работая в социальных сетях необходимо помнить, что в процессе взаимодействия размещаемая информация, аудио и видео материалы, переписка, дискуссии должны быть представлены с учетом предъявляемых требований законодательства, эстетики, этики, противодействия деструктивным течениям и нормативно-инструктивных материалов по работе в сети Интернет.

Социальные сети предоставляют возможность специалистам присутствовать в онлайн-пространстве, выступают виртуальной площадкой для активного взаимодействия органов государственной власти с гражданами, что существенно повышает эффективность и качество данной работы, предоставляют возможность широкого использования цифровых инструментов в процессе взаимодействия с участниками социальных сетей. Традиционные каналы взаимодействия с гражданами также как и онлайн-каналы (социальные сети) должны быть использованы в работе органов власти, служащих и специалистов.

К основным характеристикам социальных сетей можно отнести:

- ❖ мультимедийность и интерактивность;
- ❖ возможность системного отслеживания публикаций и их популярности;
- ❖ оперативный доступ к размещаемым материалам, включая архивы;
- ❖ возможность постоянного размещения материалов и информации;

❖ возможность использования ссылок на сторонние материалы;

❖ осуществление контроля за содержанием размещаемой информации.

Термин «социальные сети» (англ. «social networking service») первым начал применять социолог из Манчестерской школы Джеймс Барнс в 1954 г. «Социальная сетью» он называл «социальную структуру, состоящую из узлов, которыми являются социальные объекты (например, личность или социальная группа)» [7]. В современных условиях мы рассматриваем социальную сеть как платформу, онлайн-сервис, предназначенную для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений.

Рослякова М.В. в качестве «социальных сетей» определяла «Интернет-приложения, предназначенные для облегчения социального взаимодействия, а также для использования, развития и распространения информации в обществе. При определении данного понятия акцент делается на интерактивности, оперативности и многопользовательском характере социальной сети, контент которой наполняется пользователями, поэтому сеть – это социальная структура, состоящая из взаимосвязанных групп и индивидуумов» [8].

Согласно «Википедии» социальная сеть – это онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения (музыка, фильмы) и работы [22].

Социальные сети предоставляют доступ к неограниченному объему информации, разнообразному виду контента и онлайн взаимодействию с глобальной аудиторией. В связи с этим, социальные сети в современных условиях становятся одним из основных средств коммуникации в обществе.

На начало 2024 года в мире насчитывалось 4,95 миллиарда пользователей социальных сетей. Это означает, что 61,4% населения мира пользуется социальными сетями. В социальных сетях за последний год зарегистрировалось 190 млн. новых пользователей. Около 4,28 миллиарда пользователей пользуются мобильными телефонами для доступа к социальным сетям [27].

Среди самых популярных социальных сетей в мире можно отметить Facebook, YouTube и WhatsApp. Социальная сеть «Facebook» представлена более 3,03 млрд. зарегистрированными пользователями, «YouTube» – 2,49 млрд. пользователями, «WhatsApp» – 2 млрд. пользователями [27]. Среди отечественных социальных сетей самой популярной соцсетью России стал Telegram, его используют 91% россиян. Средняя месячная аудитория Telegram составляет 82,3 млн. пользователей, Одноклассники – 35,5 млн

пользователей. Аудитория данных социальных сетей включает в себя все категории пользователей Интернета [11].

По результатам последних исследований компании «GWI», среднестатистический пользователь интернета трудоспособного возраста тратит на социальные сети больше 2,5 часов в день. Для сравнения: Интернет-пользователь трудоспособного возраста ежедневно тратит на 30% больше времени на социальные сети, чем на просмотр «традиционного» телевидения (эфирных и кабельных каналов) [26].

Результаты опроса, проведенного компанией «Data Reportal», среди интернет-пользователей в возрасте от 16 до 64 лет, показывают следующее: 47% пользователей Интернета во всем мире отметили, что основная причина использования социальных сетей заключается в том, чтобы оставаться на связи с семьей и друзьями [10]. Среди остальных, не менее важных причин использования социальных сетей, респонденты также отмечают следующее: 47% респондентов применяют соц.сети для взаимодействия с близкими; 35,4% – для заполнения свободного времени; 34,6% – для чтения новостей; 30% – для поиска цифрового контента; 28,7% – смотрят о чем идет речь; 27% – для поиска вдохновения (рис. 2).

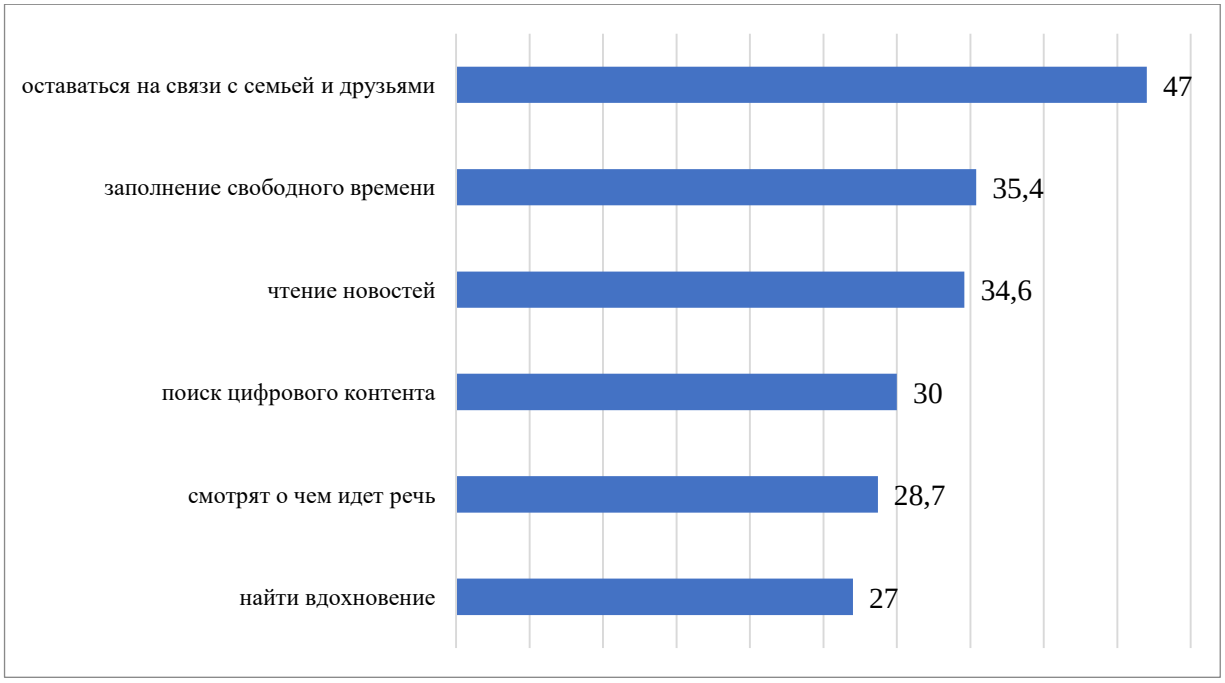


Рисунок 2. Результаты опроса, проведенного компанией «Data Reportal» - основная причина, использования социальных сетей, %

По данным компании «Social Shepherd» и на основе новостей социальной сети «LinkedIn» 52 000 000 человек еженедельно используют данную социальную сеть для поиска работы. Они отмечаю, что каждую секунду подается 101 вакансия и 8 человек находят работу каждую минуту. В

социальную сеть ежедневно подается более 8 000 000 заявлений о приеме на работу [32].

Сегодня активно развиваются отечественные социальные сети. В социальные сети внедряются новые приложения. Так, например, в социальной сети Вконтакте число мини-приложений на платформе VK Mini Apps выросло на 80% по сравнению с прошлым годом и составило 75 300 приложений. На сегодня просмотры видео в приложениях ВК Видео и ВК Клипы в сутки достигли 2,41 млрд. А монетизация прямых эфиров позволяет авторам сообществ получать доход от просмотра пользователями видеороликов. Выручка сообществ, использующих официальные инструменты монетизации ВКонтакте, выросла на 88%. Количество опубликованных клипов выросло за год более чем в четыре раза, а число создателей контента – в 4,2 раза [10].

Социальные сети, доступ к которым осуществляется с использованием сети Интернет, согласно Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы, стали неотъемлемой частью повседневной жизни россиян. Одним из приоритетных направлений ее развития является «формирование информационного пространства с учетом потребностей в получении качественных и достоверных сведений» [5].

Также, федеральным законом № 270-ФЗ от 14 июля 2022 года внесены изменения в Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» и статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации». В соответствии с данными законами обязанностями государственных органов являются создание и ведение официальных страниц в социальных сетях с целью размещения информации о своей деятельности (отчеты о реализуемых мероприятиях, контактные данные справочных служб и т.д.) [4].

Согласно распоряжению правительства Российской Федерации от 2 сентября 2022 года №2523-р, органы власти помимо создания официального сайта, также обязаны вести официальные страницы в социальных сетях с целью размещения актуальной информации о своей деятельности. В данном распоряжении в качестве информационных систем, используемых государственными органами, в том числе Судебным департаментом при Верховном Суде Российской Федерации, включая управления Судебного департамента при Верховном Суде Российской Федерации в субъектах Российской Федерации, а также органами местного самоуправления, организациями, подведомственными государственными органами и органами местного самоуправления, для создания официальных страниц определены такие социальные сети как ВКонтакте и Одноклассники [6]. Данное

нововведение позволит обеспечить возможность получения гражданами в понятной и доступной форме полной и достоверной информации о деятельности указанных учреждений. Новые способы взаимодействия государственных органов с населением необходимы для контроля информационного пространства и для выстраивания постоянного конструктивного диалога. На рисунках 3-6 отражены примеры представления органов власти в интернет пространстве.

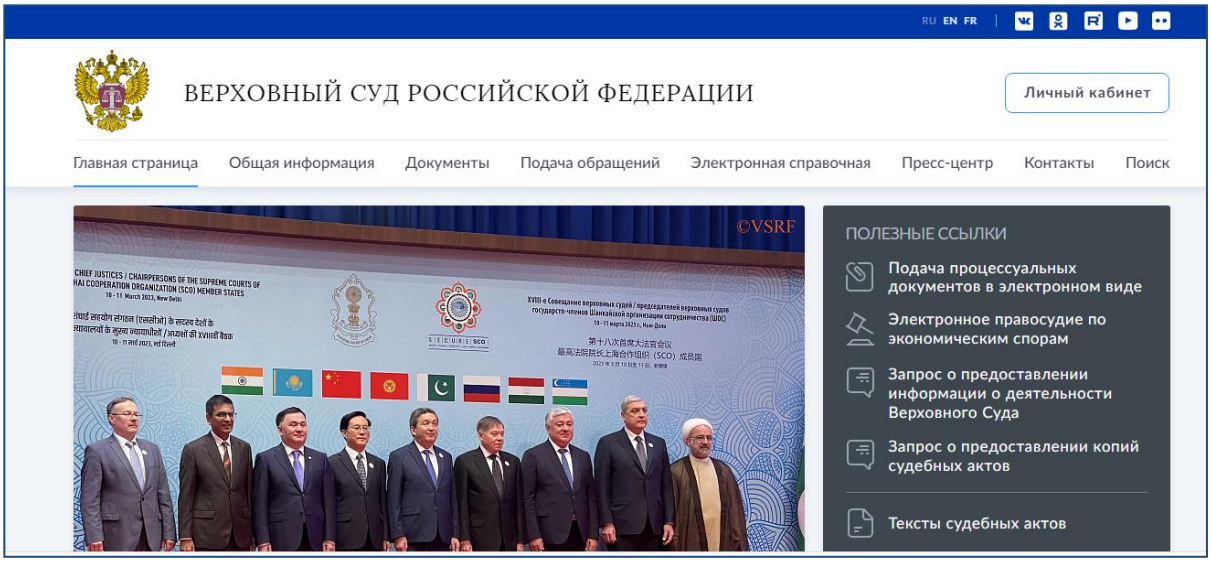


Рисунок 3. Представление органа власти в интернет пространстве на примере Верховного суда РФ. Официальный сайт Верховного суда РФ

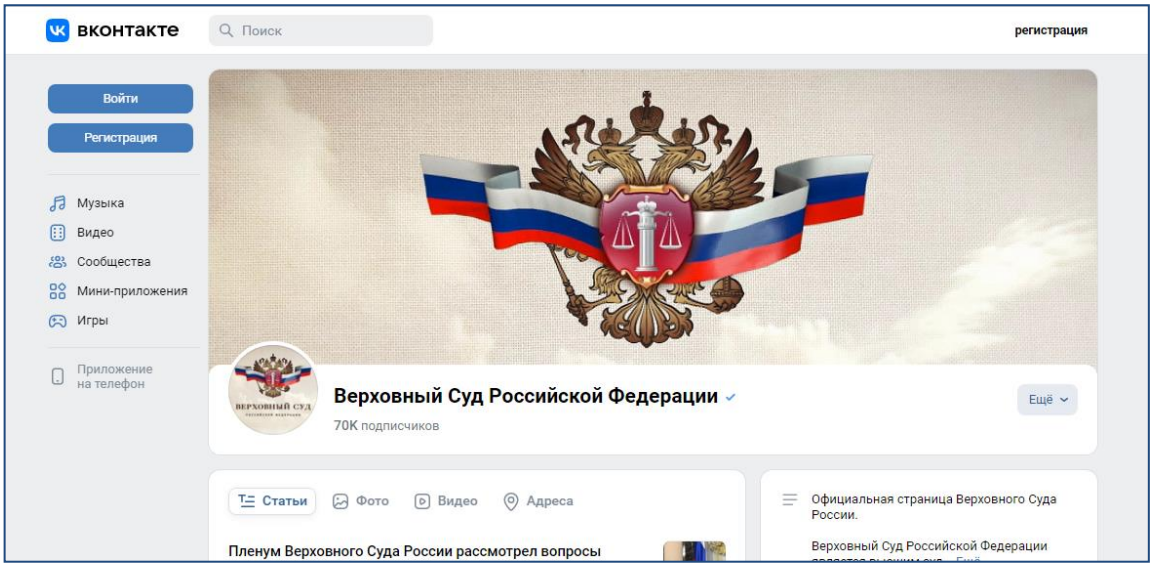


Рисунок 4. Представление органа власти в интернет пространстве на примере Верховного суда РФ. Официальная страница Верховного суда РФ в социальной сети «ВКонтакте»

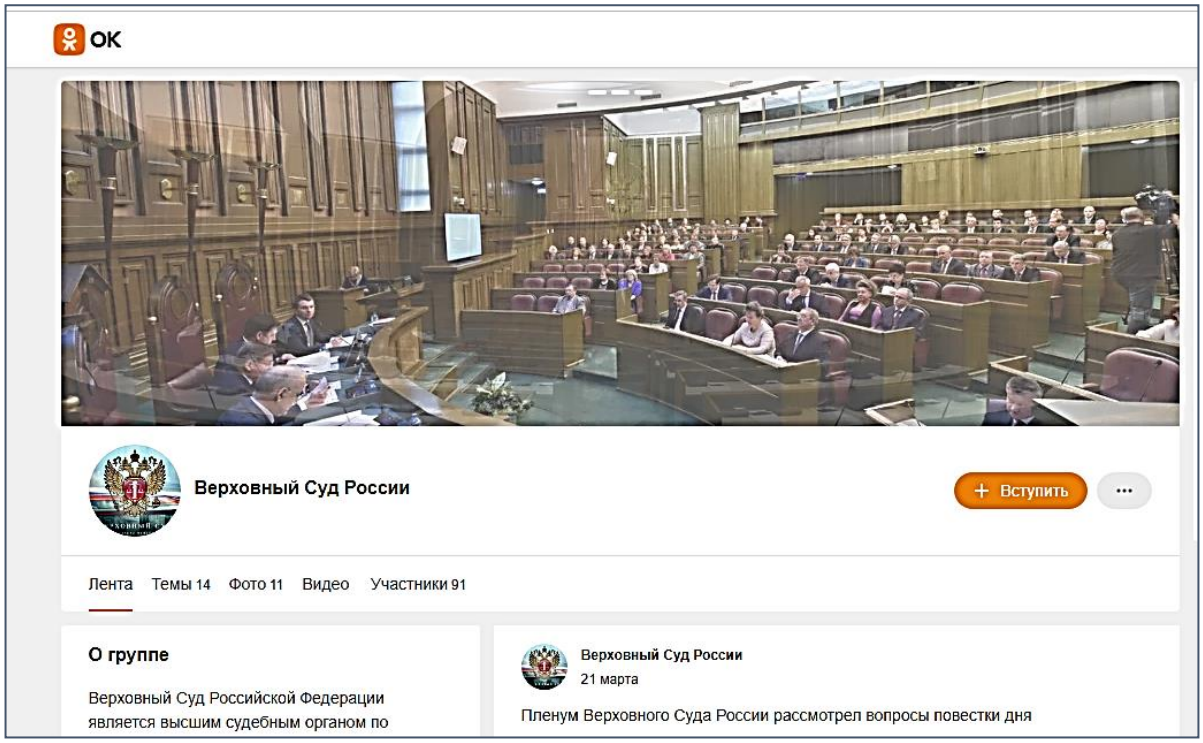


Рисунок 5. Представление органа власти в интернет пространстве на примере Верховного суда РФ. Официальная страница Верховного суда РФ в социальной сети «Одноклассники»

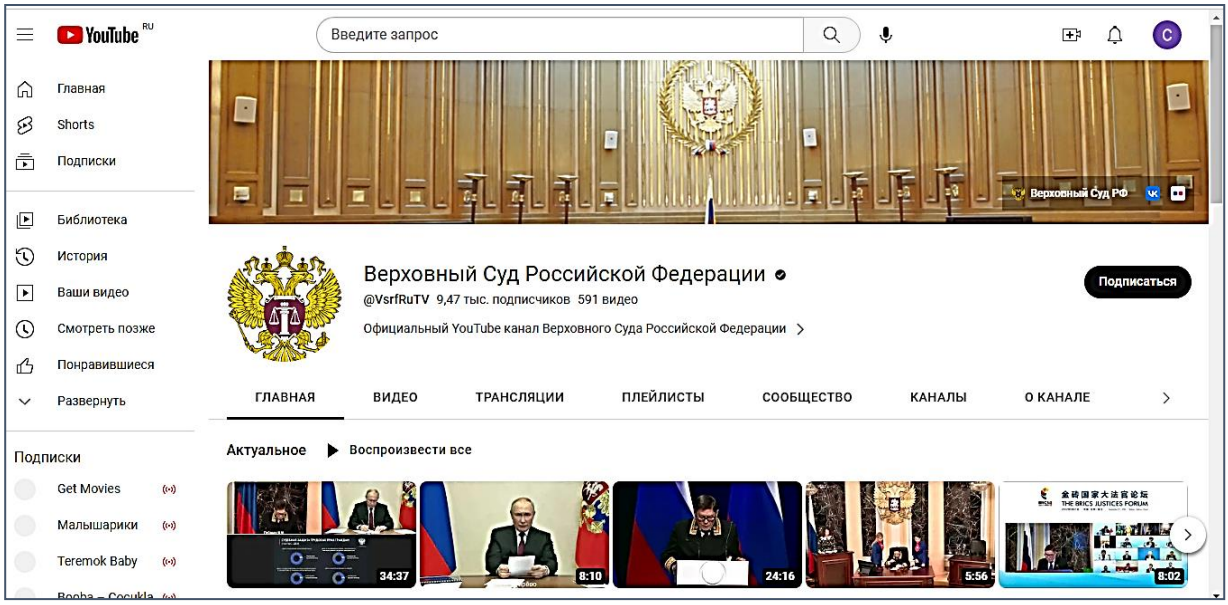


Рисунок 6. Представление органа власти в интернет пространстве на примере Верховного суда РФ. Официальная страница Верховного суда РФ в социальной сети «YouTube»

Взаимодействие общества с органами власти является одной из приоритетных задач. По мнению граждан, власть должна обладать определенными характеристиками, среди которых отмечают [7] (рис. 7):

– доступность (открытость) информации о деятельности органов власти (49%);

– возможность личного общения с представителями органов власти (40%);

– готовность представителей власти дискутировать с оппозицией и гражданским обществом (29%).

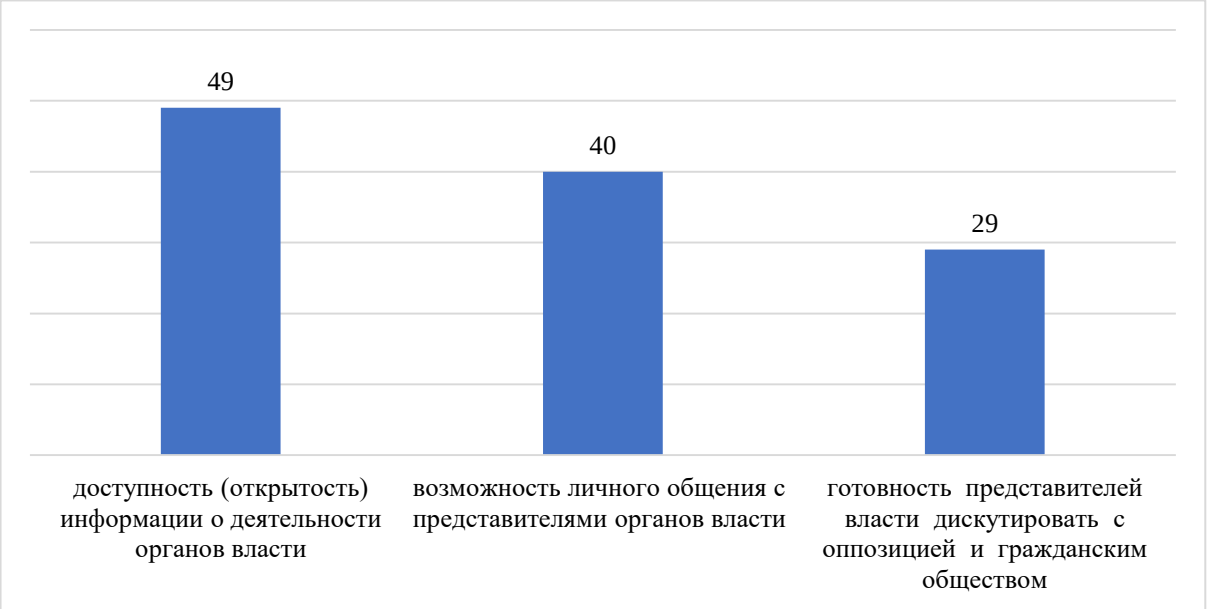


Рисунок 7. Результаты опроса – характеристики, которыми должна обладать государственная власть, %

В современных условиях органам государственной власти необходимо обеспечить свое полноценное присутствие в социальных сетях с целью эффективной коммуникации с пользователями, населением, организациями, учреждениями. Социальные сети и работа в них становятся значимым инструментом в процессе реализации социальной и медийной коммуникации в интернет-пространстве и обладают наибольшим имиджевым потенциалом.

§1.2. Рекомендации по работе в социальных сетях

Для осуществления эффективной работы в социальных сетях необходимо соблюдать следующие рекомендации.



Соблюдение правил поведения, рекомендованных администрациями социальных сетей.

В целях эффективного взаимодействия в социальных сетях между организацией и пользователями необходимо придерживаться определенных правил поведения. Работа в социальных сетях строится на основе разработанного нормативного и инструктивного материала, включающего правила администрирования соответствующего социального ресурса в сети Интернет.



Создание профиля.

В социальных сетях для ведения личной страницы рекомендуется создавать профиль.



Профиль – учетная запись пользователя в социальной сети, вход по которой осуществляется с помощью логина и пароля.

Профиль специалиста в социальных сетях должен быть безупречен. Профиль – это первая страница в социальных сетях, которая просматривается чаще всего. Все элементы, включая фон, изображения и сообщения должны отображать высокий имидж места работы. Особое внимание следует уделить фотографии. Рекомендуется к размещению фотография в одежде, характерной деловому стилю, с аккуратной прической, сдержанным макияжем. При общении в сети по работе, рекомендуется указывать актуальную страницу организации, учреждения. Данная информация также является дополнительным источником привлечения посетителей и ваших друзей. Если вы являетесь не очень активным пользователем социальных сетей, укажите другие контакты для быстрой связи. Рекомендуется тщательно изучить список страниц или групп вашей страницы и при необходимости скрыть некоторые из них, если их содержание может негативно отразиться на вашем имидже. Пример оформления профиля в социальной сети «ВКонтакте» представлен на рисунке 8.

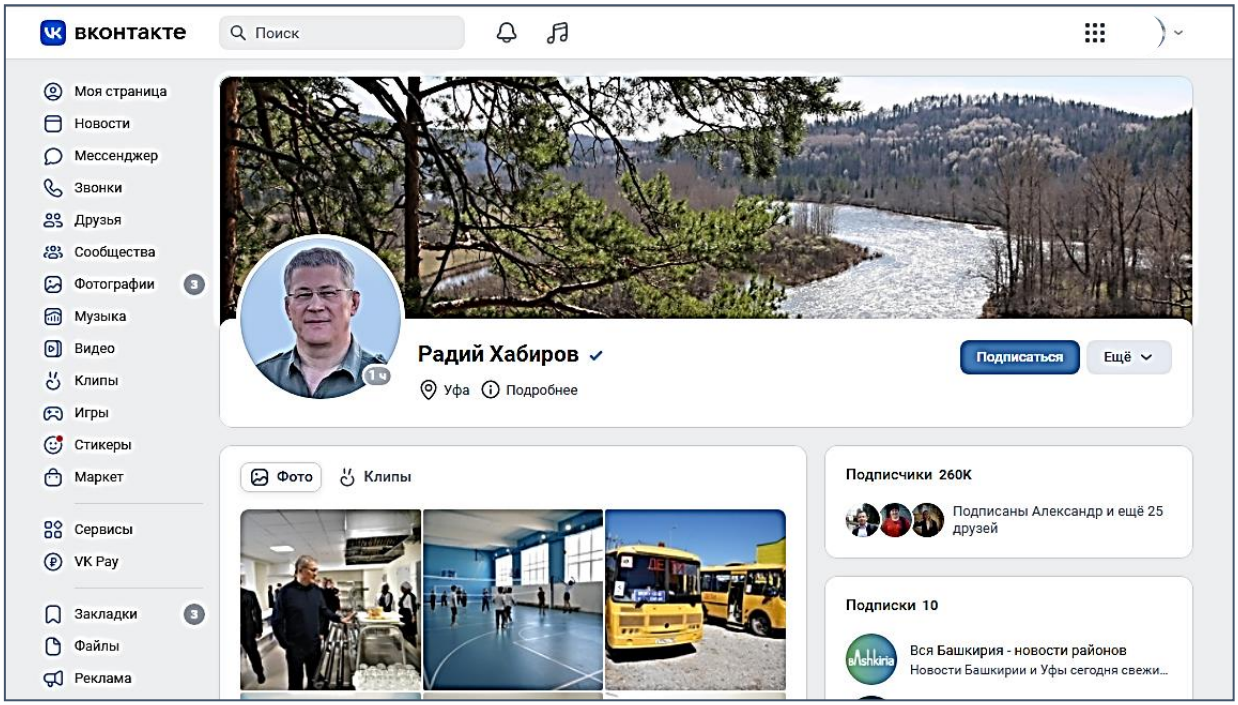


Рисунок 8. Профиль в социальных сетях. Личная страница главы Республики Башкортостан в социальной сети ВКонтакте

Создание групп и/или публичных страниц (пабликов).

С целью представления организации в социальной сети рекомендуется создавать группы и/или публичные страницы (паблики). Группа в социальной сети представляет собой сообщество пользователей, объединенных общими интересами. Вступление в определенное сообщество показывает общие интересы, потребности и ценности его участников. Возможность доступа к группе может быть открыта для всех пользователей или ограничена.

Публичная страница (паблик) представляет собой сообщество, созданное для предоставления общей и/или специальной информации об организации или персоне, теме, бренде. Возможность доступа к странице открыта для всех. Подписаться на публичную страницу и ее новости могут все пользователи социальной сети.

Отдельное внимание необходимо уделять профилю.

ВАЖНО! НЕ рекомендуется использовать профиль с целью представления организации в социальной сети.

Во-первых, представление организации в качестве профиля нарушает правила использования социальных сетей, что может привести к блокировке. Например, в правилах пользования сайтом «ВКонтакте» указано:

6.3. Пользователю при использовании Сайта запрещается:

«6.3.1. регистрироваться в качестве Пользователя от имени или вместо другого лица («фальшивый аккаунт») или регистрировать группу (объединение) лиц или юридическое лицо в качестве Пользователя. При этом, возможна регистрация от имени и поручению другого физического лица или юридического лица при условии получения необходимых полномочий в порядке и форме, предусмотренных законодательством Российской Федерации».

Также в соглашении с пользователем социальной сети «Одноклассники» указано, что:

«П. 7.4. Лицензиату запрещается:

«7.4.18. регистрировать Аккаунт Лицензиата в целях использования группой лиц или организацией, за исключением случаев, когда Аккаунт регистрируется исключительно с целью размещения рекламных материалов и иных текстовых сообщений в группах Социальной Сети, рекламируемых с помощью системы target.mail.ru или иных схожих рекламных систем, согласованных с Лицензиаром»».

Во-вторых, представление организации в социальной сети в качестве группы и/или публичных страниц предоставляют больше возможностей для ее продвижения, анализа деятельности и вовлечения пользователей. Например, предоставляется возможность просмотра статистики (охват аудитории, посещаемость, активность и др.), использования рекламного кабинета, настройки приложения, позволяющие дополнительно вовлекать аудиторию.

В-третьих, представление организации в социальной сети в качестве профиля может вызвать больше трудностей в процессе смены сотрудника, занимающегося социальными сетями. При использовании группы и/или публичной страницы достаточно передачи прав владельца/администратора новому сотруднику.

Создание именных ссылок.

При создании страницы организации рекомендуется создавать именную ссылку (рис. 9-13). Она должна быть запоминающейся, вызывать ассоциацию с названием организации. Рекомендуется использовать одинаковые ссылки для всех социальных сетей, в случае если ссылка уже используется, необходимо подобрать схожую.

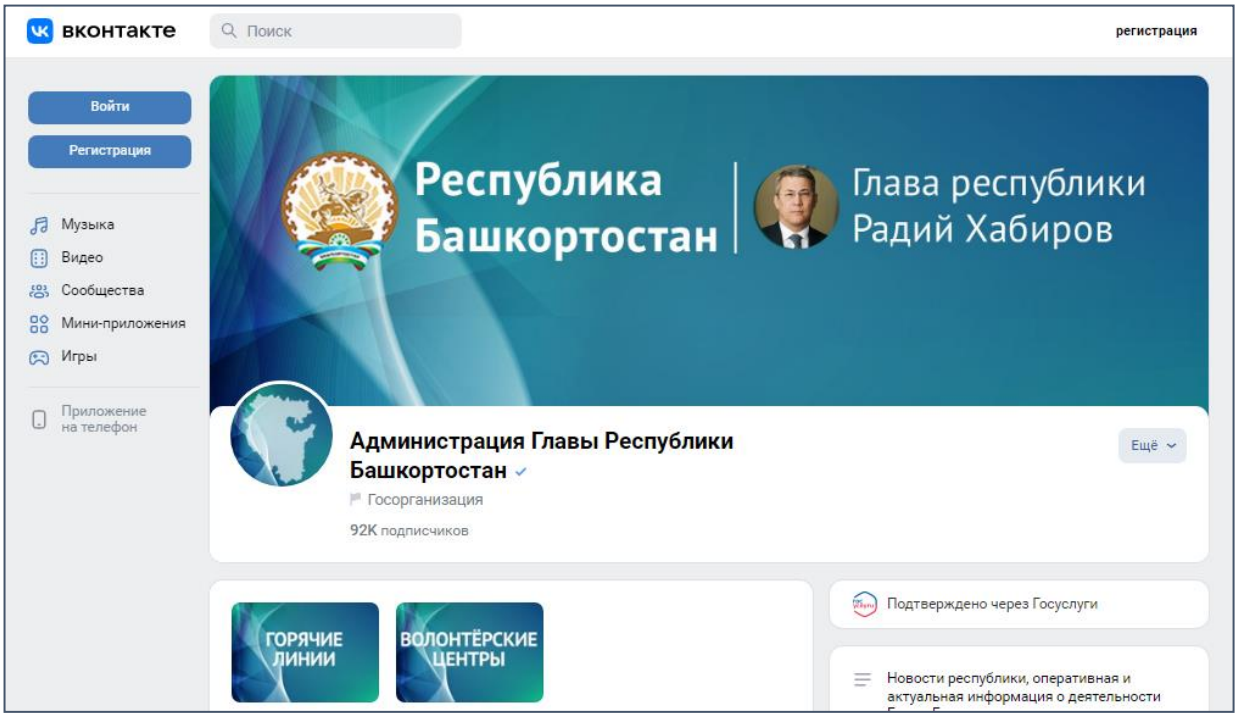


Рисунок 9. Именная ссылка на официальную страницу Администрации Главы Республики Башкортостан в социальной сети «ВКонтакте» – https://vk.com/glavbash

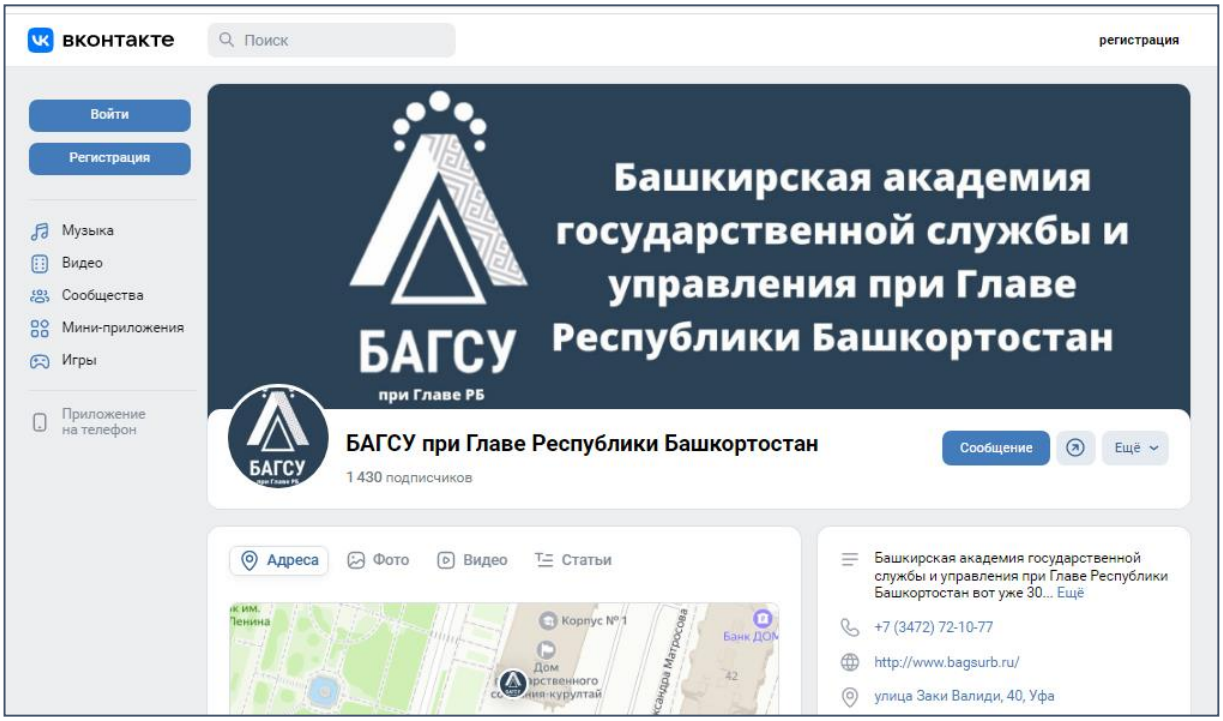


Рисунок 10. Именная ссылка на официальную страницу БАГСУ при Главе Республики Башкортостан в социальной сети «ВКонтакте» – https://vk.com/bagsuacademy

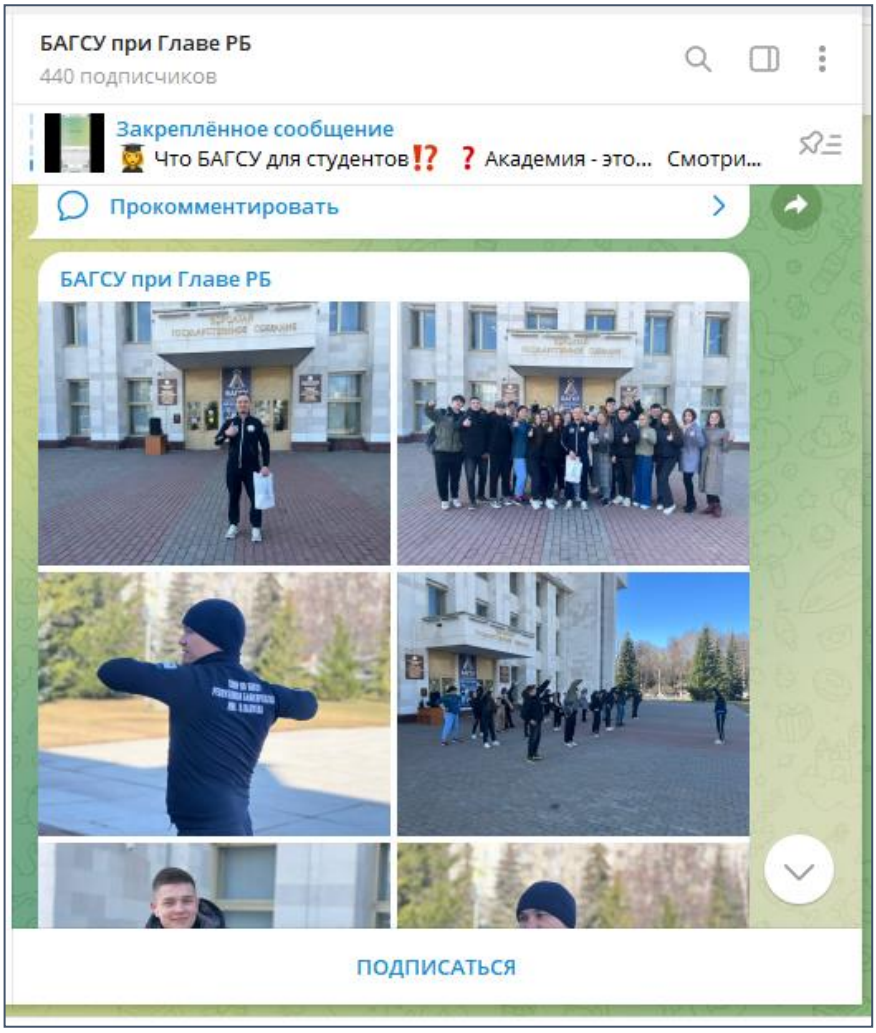


Рисунок 11. Именная ссылка на официальную страницу БАГСУ при Главе Республики Башкортостан в социальной сети «Телегарм – https://t.me/bagsurb

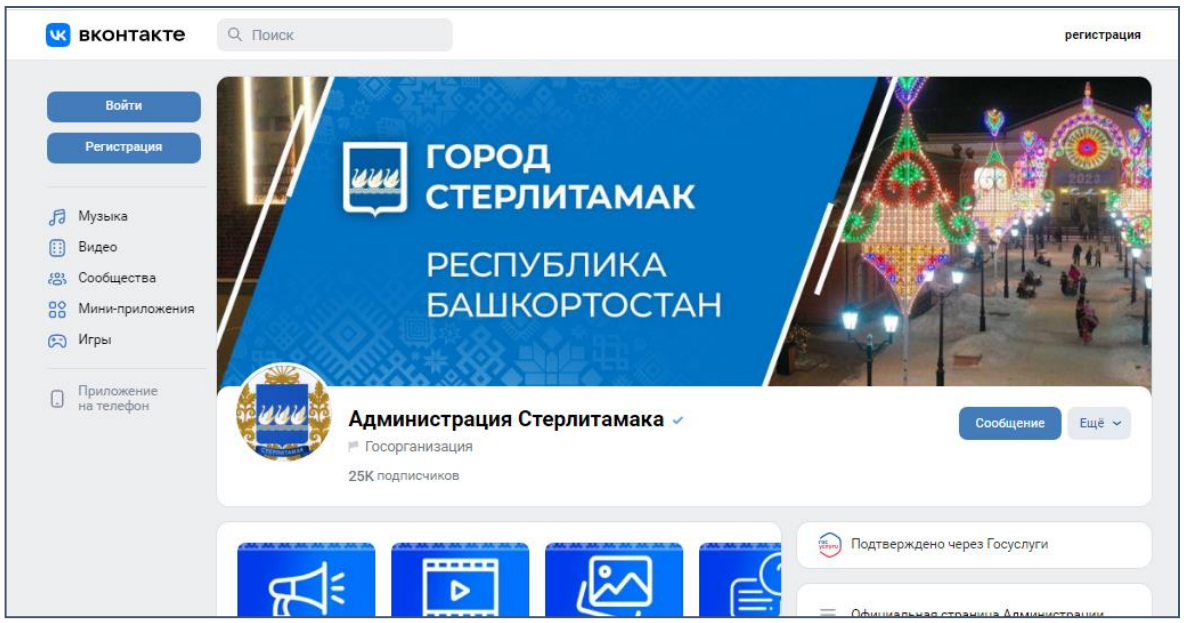


Рисунок 12. Именная ссылка на официальную страницу Администрации г.Стерлитамак в социальной сети «ВКонтакте» – https://vk.com/sterlitamak_adm

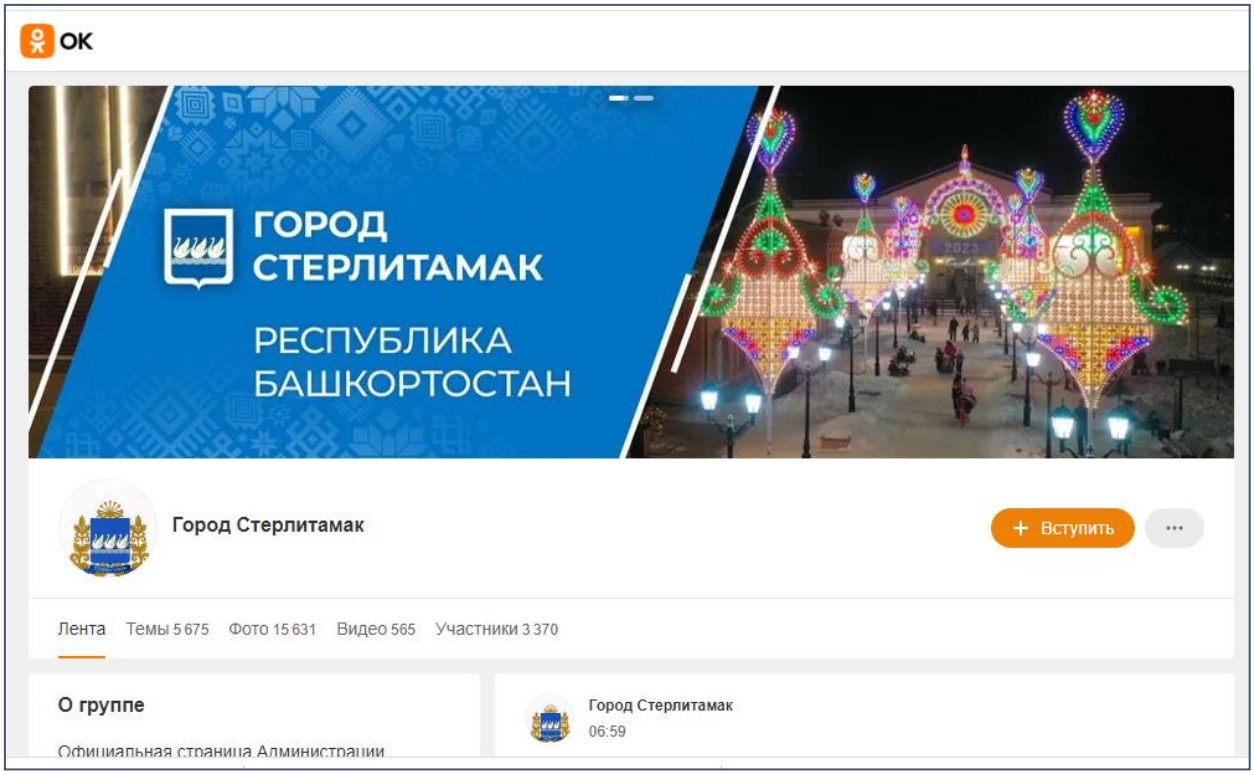


Рисунок 13. Именная ссылка на официальную страницу Администрации г.Стерлитамак в социальной сети «Одноклассники» – https://ok.ru/sterlitamakadm

Указание актуальной информации об организации.

При заполнении страницы организации в социальных сетях необходимо указать информацию о ней, которая может быть представлена названием учреждения, миссией, краткой историей, контактными данными (телефон, адрес электронной почты, юридический и/или фактический адрес), режим работы, информацией о подразделениях/филиалах, а также ссылки на страницы в других социальных сетях. Приведенные выше рекомендации носят обобщающий характер. Следует ориентироваться на возможности социальных сетей.

Публикация постов на стене организации в социальной сети.

Страница или группа – официальное виртуальное представительство организации. Все публикации необходимо создавать и размещать от имени сообщества. При размещении информации на странице организации следует придерживаться ее фирменного стиля, сочетания между собой размещаемых текстов, изображений, графиков и других материалов (рис. 14, 15). При создании стены страницы организации в социальной сети,

рекомендуется формировать ее «ограниченной» с целью публикации постов только от имени сообщества.

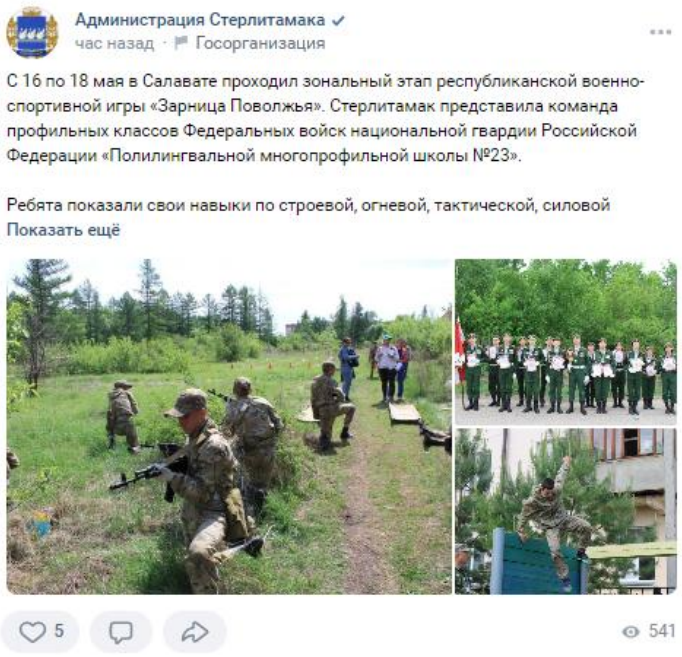


Рисунок 14. Размещение информации на странице организации на примере Администрации г.Стерлитамака в социальной сети «ВКонтакте»

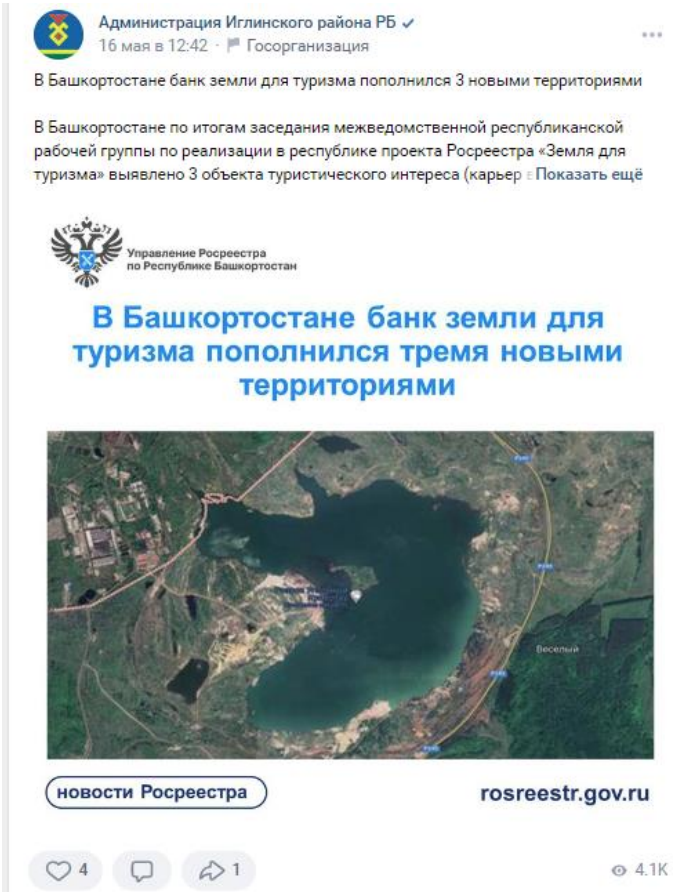


Рисунок 15. Размещение информации на странице организации на примере Администрации Иглинского района РБ в социальной сети «ВКонтакте»

Оформление аватара.

Особое внимание следует уделить аватару. Аватар – это первое, что видят пользователи социальных сетей, еще не успев зайти на страницу организации. При использовании текста в качестве аватара, необходимо, чтобы он был отчетливо виден и не обрезан. Необходимо использовать один и тот же аватар для разных социальных сетей, так пользователям будет легче найти профиль организации в различных социальных сетях. Особое внимание необходимо обратить на то, как будет выглядеть аватар в мобильных приложениях социальных сетей. Аватар может периодически меняться и служить для продвижения организации. На рисунках 16-18 представлены примеры аватары Верховного Суда РФ в различных социальных сетях.

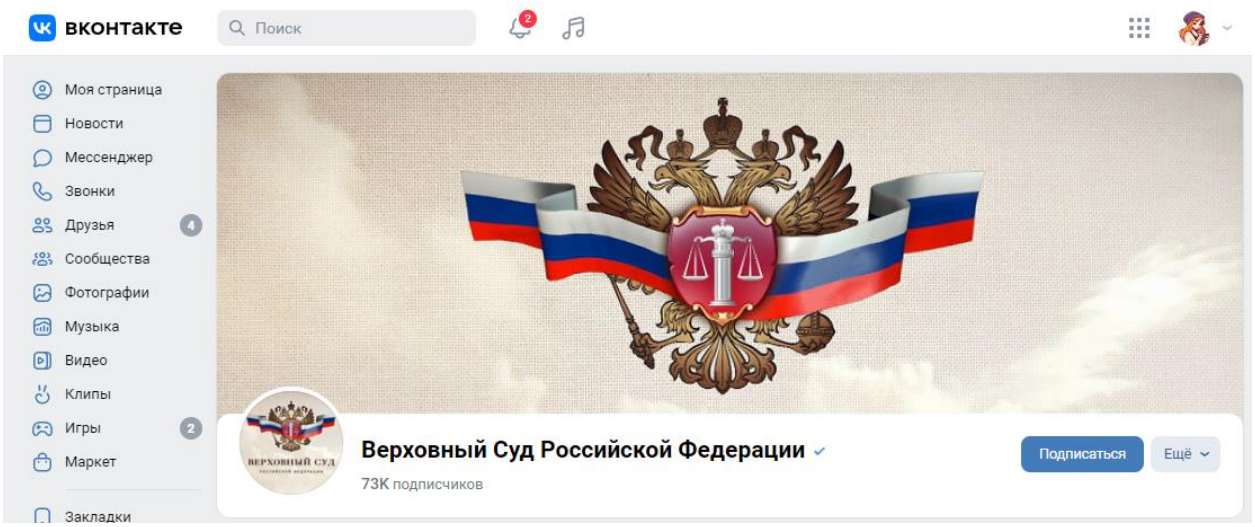


Рисунок 16. Аватар Верховного Суда РФ в социальной сети «ВКонтакте»

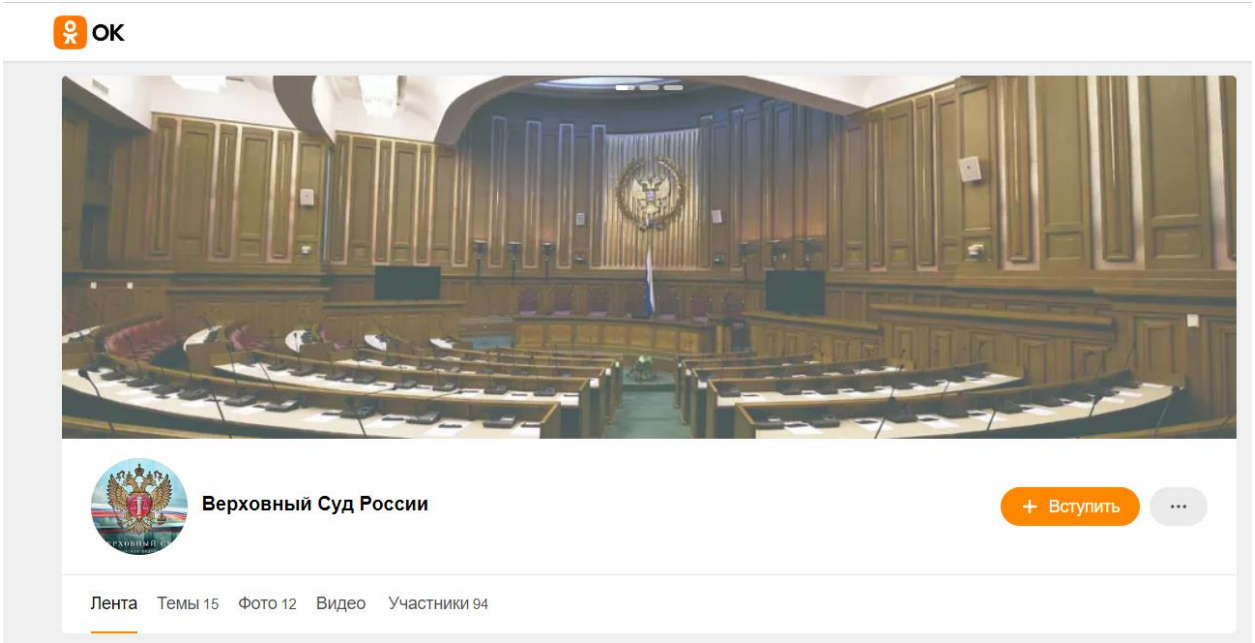


Рисунок 17. Аватар Верховного Суда РФ в социальной сети «Одноклассники»

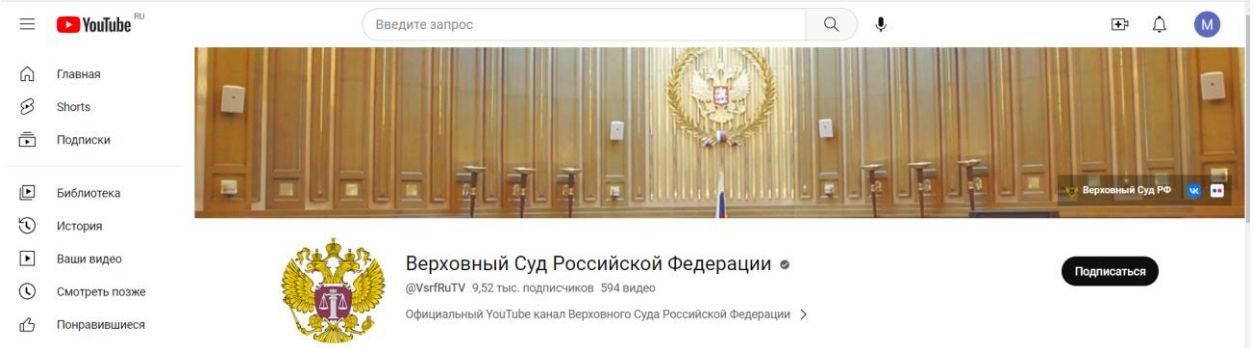


Рисунок 18. Аватар Верховного Суда РФ в социальной сети «YouTube»

Оформление обложки (шапки) страницы.

При оформлении обложки (шапки) страницы организации рекомендуется использовать изображения или фотографии данной организации. Допускается применение текста, но не следует перегружать пользователей информацией. Также можно разместить контактные данные, график работы, номера телефонов, указать информацию о будущих мероприятиях. При этом нужно помнить, что размещаемая информация не должна перегружать пользователей. Обложка также может служить для продвижения мероприятий, акций, услуг. Примеры обложки страницы организации представлены на рисунках 19 и 20.

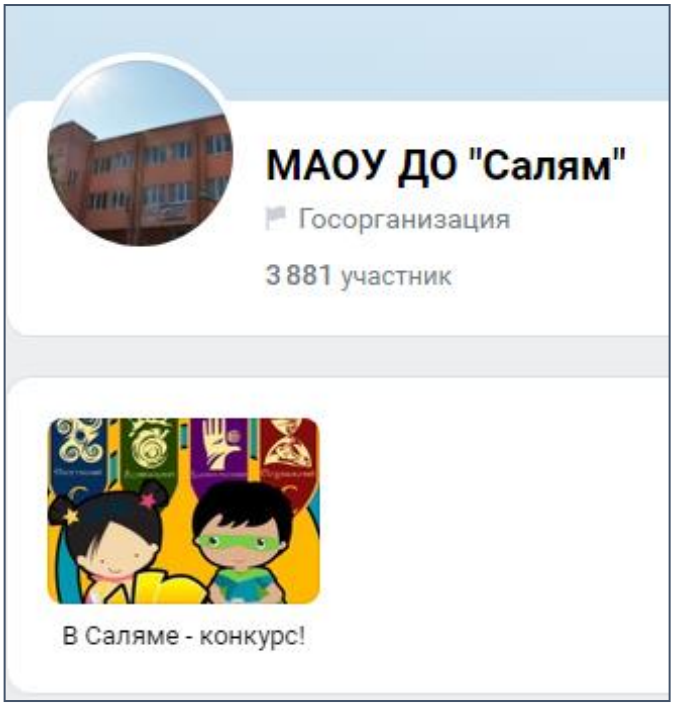


Рисунок 19. Пример обложки страницы организации - страница образовательного учреждения в социальной сети «ВКонтакте»

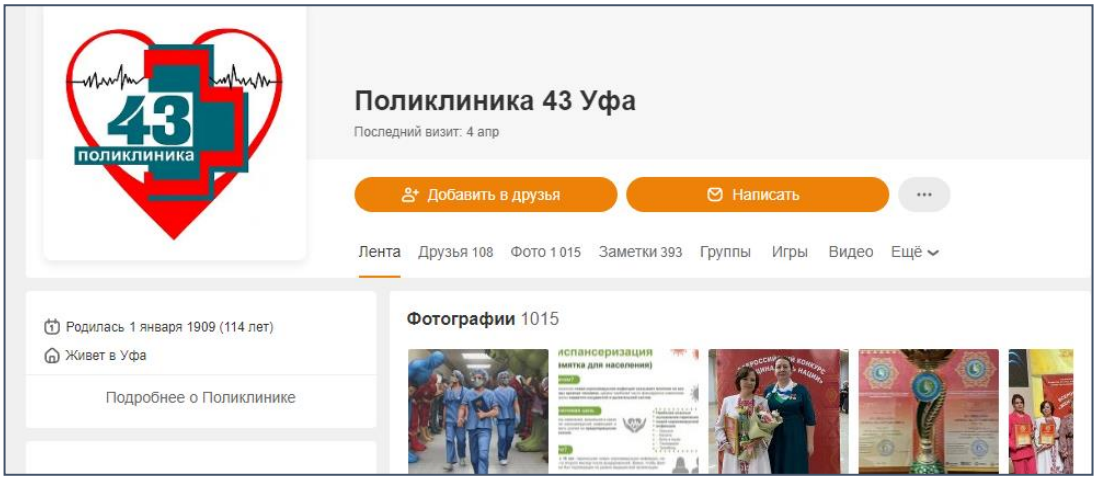


Рисунок 20. Пример обложки страницы - страница медицинского учреждения в социальной сети «Одноклассники»

Формирование фотоальбомов мероприятий.

С целью интерактивности рекомендуется создавать фотоальбомы мероприятий (рис. 21, 22). Названия фотоальбомов должны быть короткими и понятными, отображать его содержание. При создании альбома для периодического события (ежегодного, ежемесячного и т.д.) необходимо указывать полную дату проведения. Указывайте краткую информацию о фотографии, а именно данные о фотографии, месте съемки, мероприятии, участниках. Размещаемые фотоматериалы должны иметь хорошее качество и отражать деятельность организации. В случае, когда пользователям разрешено самостоятельно пополнять альбомы, необходима их последующая модерация. Для того, чтобы пользователь легко мог найти нужный ему альбом и легко ориентировался в галерее, не создавайте большое количество альбомов.

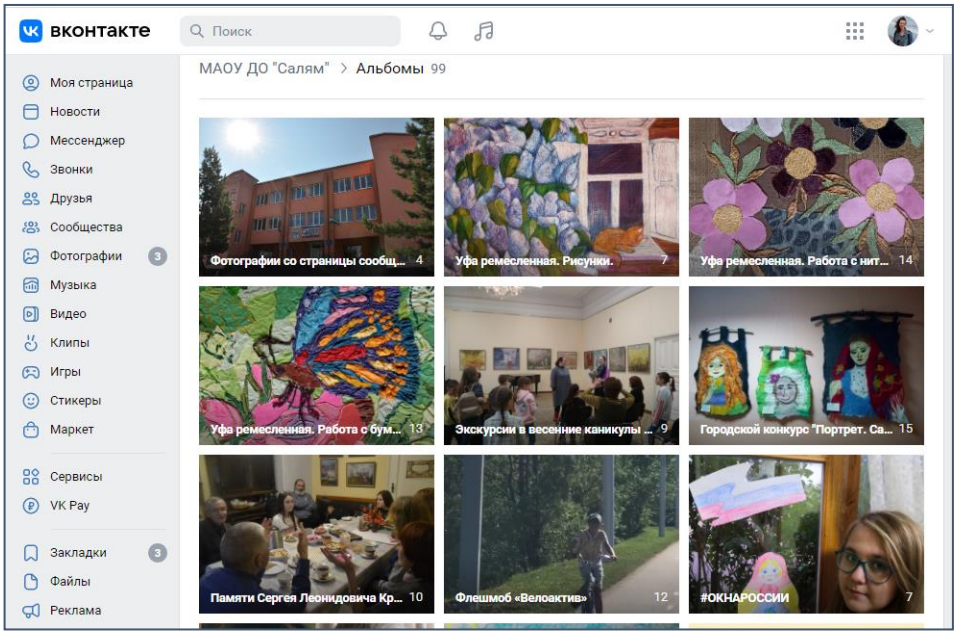


Рисунок 21. Пример оформления фотоальбомов мероприятий МАОУ ДО «Салям» в социальной сети «ВКонтакте»

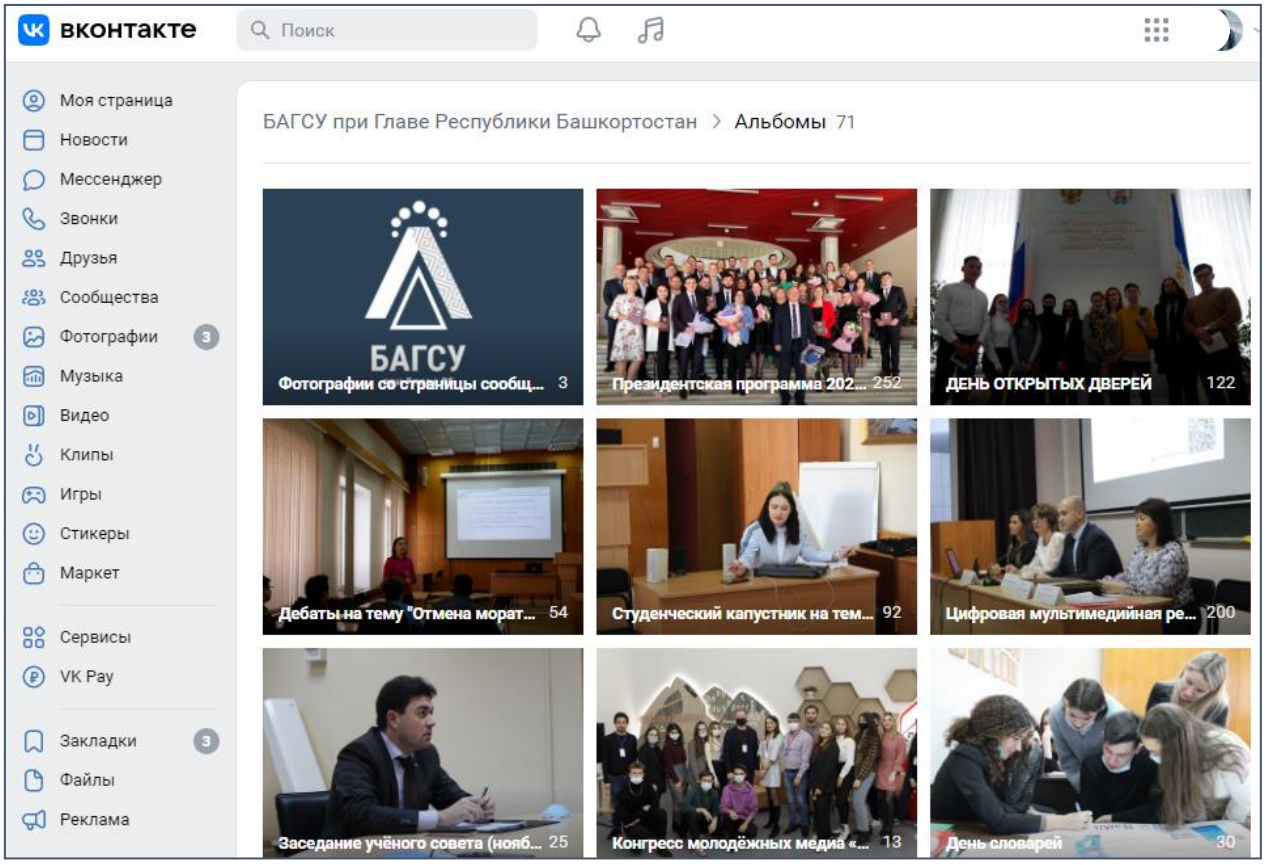


Рисунок 22. Пример оформления фотоальбомов мероприятий «БАГСУ» в социальной сети «ВКонтакте»

Организация онлайн-трансляций.

С развитием цифровых технологий растет популярность видеоконтента. Для взаимодействия с пользователями сети рекомендуется организовывать онлайн-трансляции. Для дальнейшего доступа к полученным видеозаписям их рекомендуется загрузить в социальную сеть. Для эффективного использования видеозаписей следует придерживаться следующих рекомендаций:

– не используйте слишком длинные названия для видеороликов;
– название записи должно отражать ее содержание;
– записи должны быть качественными;
– записи должны отражать деятельность вашей организации или ваших профессиональных интересов;
– для удобства пользователя при работе с галереей, не размещайте большое количество роликов. Функционал социальной сети «ВКонтакте» предоставляет возможность группировки видеозаписей по альбомам, что

предоставляет широкие возможности для формирования и хранения архива (рис. 23).

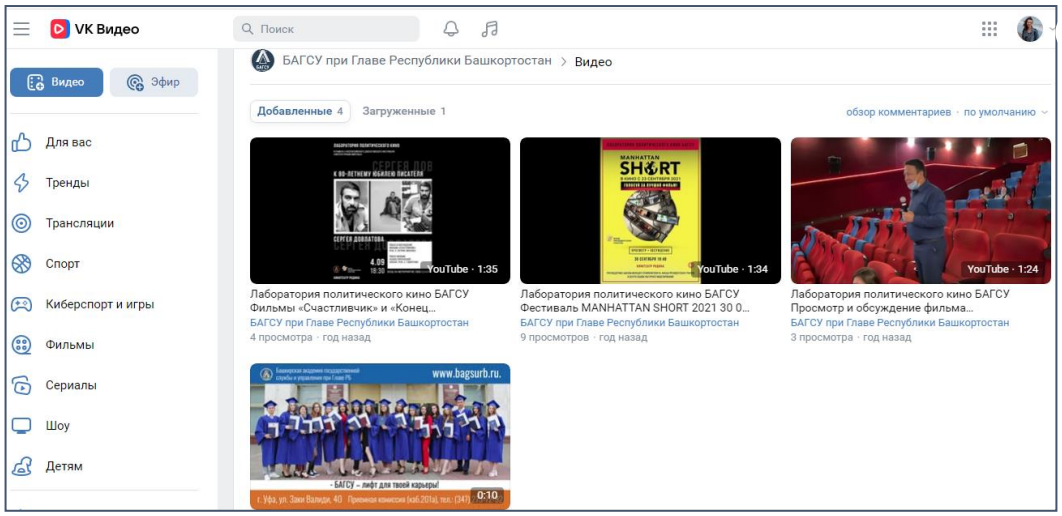


Рисунок 23. Пример альбомов с видеозаписями «БАГСУ» в социальной сети «ВКонтакте»

Размещение «закрепленных» постов.

Для того, чтобы новости о предстоящих, прошедших и запланированных мероприятиях, конкурсах, опросах, акциях, дайджест новостей или просто удачные посты набирали большее количество просмотров, лайков и репостов, рекомендуется их размещение в верхней части страницы (рис. 24).

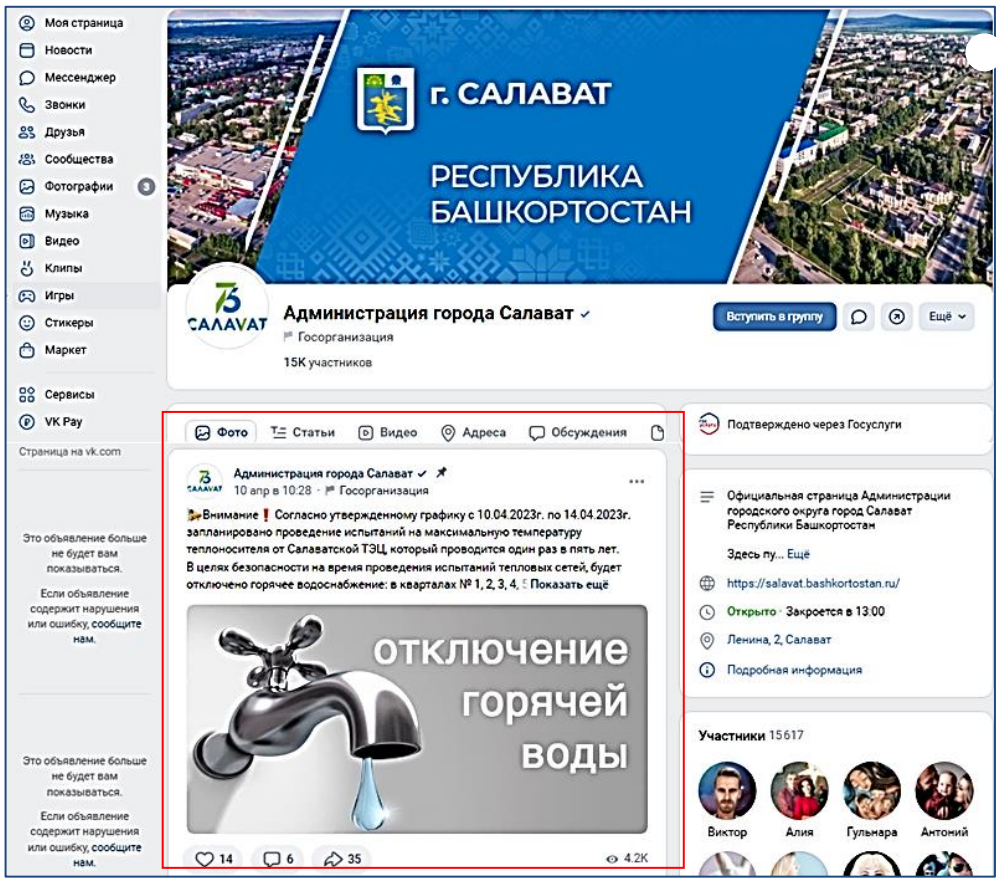


Рисунок 24. Пример закрепленной новости на официальной странице Администрации г.Салават в социальной сети «ВКонтакте»



Использование хэштегов.

Отдельное внимание в процессе работы необходимо уделять использованию хештегов. Хештеги помогают быстрому поиску организации в социальных сетях, а также в структурировании информации. Размещение хештегов позволяет осуществить рекламу страниц за пределами социальных сетей. Их можно размещать на раздаточных материалах, баннерах, на обложке сообщества, в информационном блоке. Поэтому, рекомендуется разрабатывать для своей организации собственный хэштег.

Согласно «Википедии» хеште́г или хэште́г (англ. hashtag от hash – знак решётки (#) и tag – метка) – означает ключевое слово, тема или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию и начинающийся со знака решётки [30]. Хештег – это слово или объединение слов, написанных без пробелов, перед которыми ставится символ «решетка», «#». Рассмотрим примеры хэштегов: #сети, #социальные сети, #bagsurb.

Общие рекомендации по применению хештегов следующие:

– не используйте достаточно длинные и сложно читаемые хештеги;

– создавайте оригинальные хештеги, ассоциируемые с вашими профессиональными интересами и деятельностью организации;

– используйте, в случае необходимости, общепринятые популярные хештеги, их должно быть не слишком много;

– создавайте хештеги на русском языке, так и на языке, официально применяемом в регионе. Не корректно совмещение двух языков в одном хештеге. В случае создания хештэга на иностранном языке рекомендуется использовать перевод данного слова и сочетания слов;

– хештеги допускается размещать в любой части поста, использовать в качестве заголовка публикуемого материала;

– общее количество хештегов в посте не должно перегружать или раздражать аудиторию.

Примеры хештегов организаций:

#Белорецкийрайон – хэштег Администрации Белорецкого района

#АдминистрацияНефтекамска – хэштэг Администрации г. Нефтекамска

#вакансии@career.uust - хэштег Центра карьеры УУНиТ.

Примеры использования хэштэга в социальных сетях представлены на рисунке 25 и 26.



Рисунок 25. Пример использования хэштэга в социальной сети «ВКонтакте»

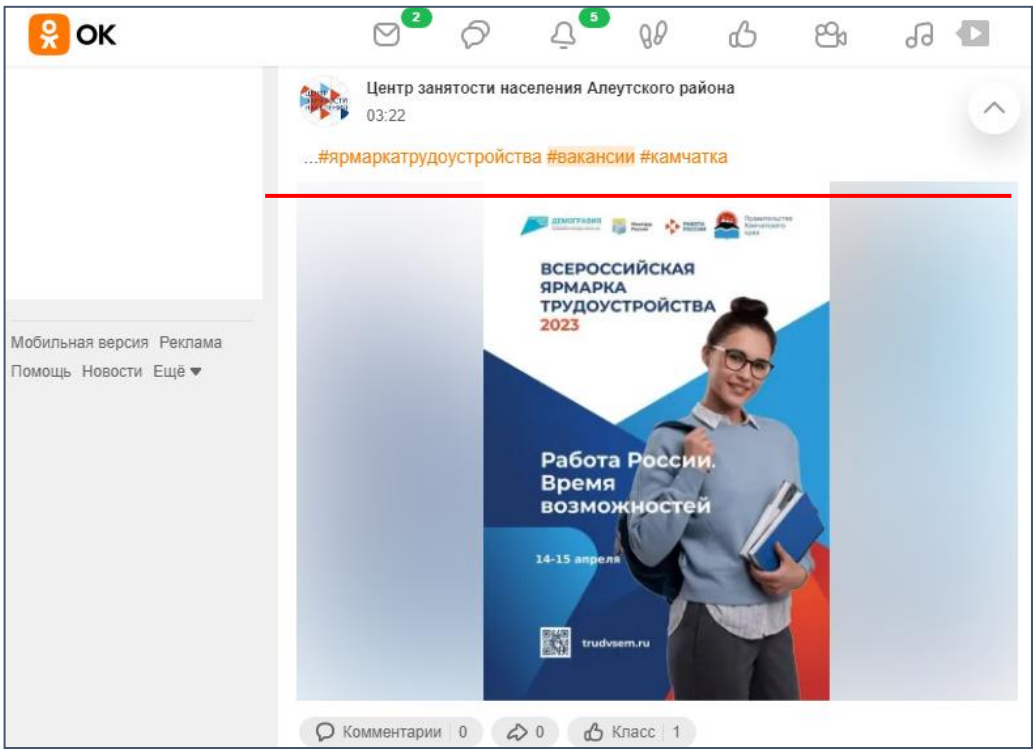


Рисунок 26. Пример использования хэштэга в социальной сети «Одноклассники»

Мониторинг за размещаемой информацией.

Необходимо проводить мониторинг за размещаемой информацией в виде цифрового контента, об организации в социальных сетях. Через поисковую систему и хештег организации необходимо осуществлять поиск и просмотр размещаемых отзывов и новостей. Это позволит оперативно реагировать на размещаемые материалы граждан, своевременно создавать цифровой контент с учетом мнений, что позволит создать и поддерживать положительный имидж своей организации.

Согласно исследованиям, проведённым Институтом социологии ФНИСЦ РАН, пользователи социальных сетей отмечают актуальность и значимость цифрового контента, что выражается в (рис. 27):

– формировании установок, где 63 % опрошенных респондентов отметили влияние цифрового контента на принятие политических решений;

– формировании социально-политических взглядов, где 58% опрошенных указывают, что находится под влиянием сетей;

– большинство респондентов, 79 %, считают, что цифровой контент отвлекает граждан от злободневных проблем;

– 64 % респондентов отмечают, что цифровой контент позволяет распространять дезинформацию и формировать нетерпимость [21].

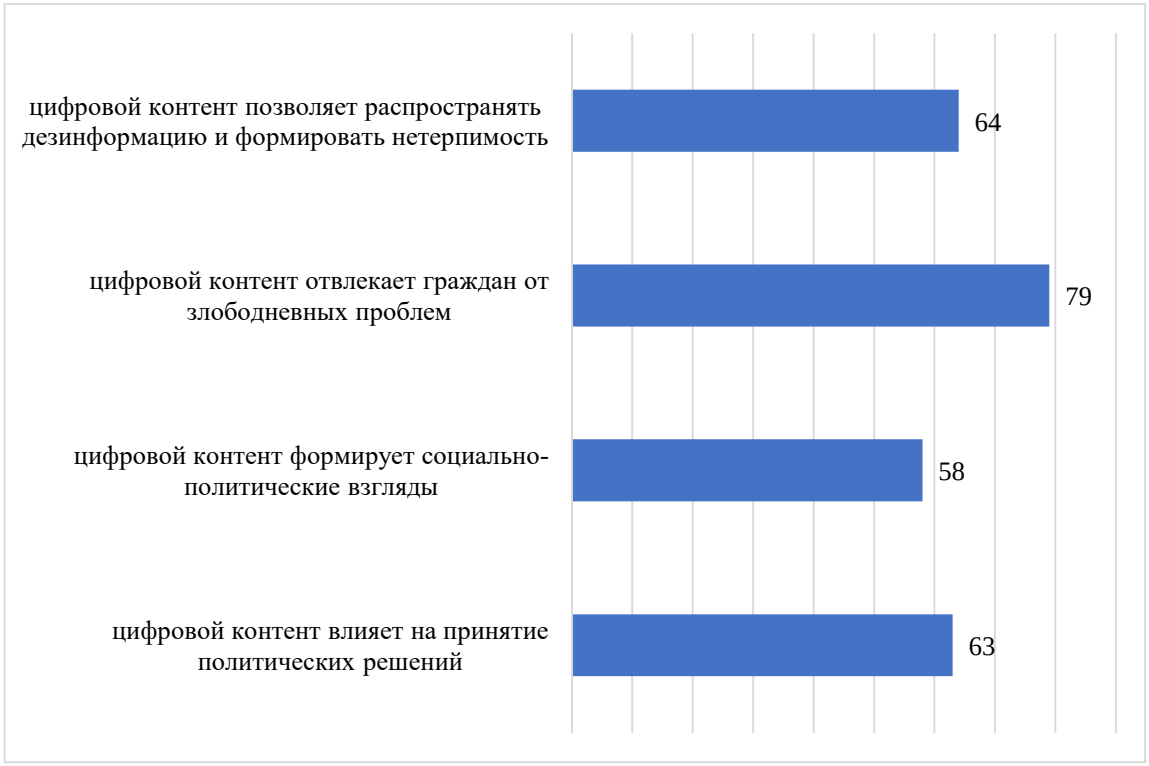


Рисунок 27. Результаты опроса – влияние цифрового контента на пользователей социальных сетей, %

Использование популярных социальных сетей.

При размещении информации используйте социальные сети, которые имеют наиболее высокую популярность и массовую аудиторию. На сегодня это – ВКонтакте и Одноклассники (рис. 28). При этом не забывайте отслеживать происходящие изменения уровня их популярности, регулярно проводите мониторинг социальных сетей, выявляйте и осваивайте новые, быстро растущие социальные сети.



Рисунок 28. Объём активной аудитории и публикуемого контента в соцмедиа России (данные традиционного ежегодного исследования активной аудитории социальных сетей в России за октябрь 2022 года https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2022/)

Формирование контента.

Страница в социальных сетях специалиста предполагает размещение информации как официального, так и не неофициального формата. Контент в социальных сетях должен быть представлен официальными пресс-релизами, направленными на информирование населения и имиджевыми материалами, способствующими формированию положительного восприятия вашего образа. Рекомендуемый формат публикации в социальных сетях – это краткий текст с фото или видеосюжетом, которые позволят создать у пользователей полное и качественное представление о ее теме. Важно обеспечить правильность, корректность и системность наполнения аккаунта материалами в социальных сетях. Разграничьте публикации на следующие уровни доступа: открытые для всех, открытые только для друзей или отдельных групп. Данное разграничение можно сделать с помощью инструментов социальных сетей для обеспечения приватности. В качестве

примера на рисунках 29 и 30 представлено размещение информации в социальных сетях.

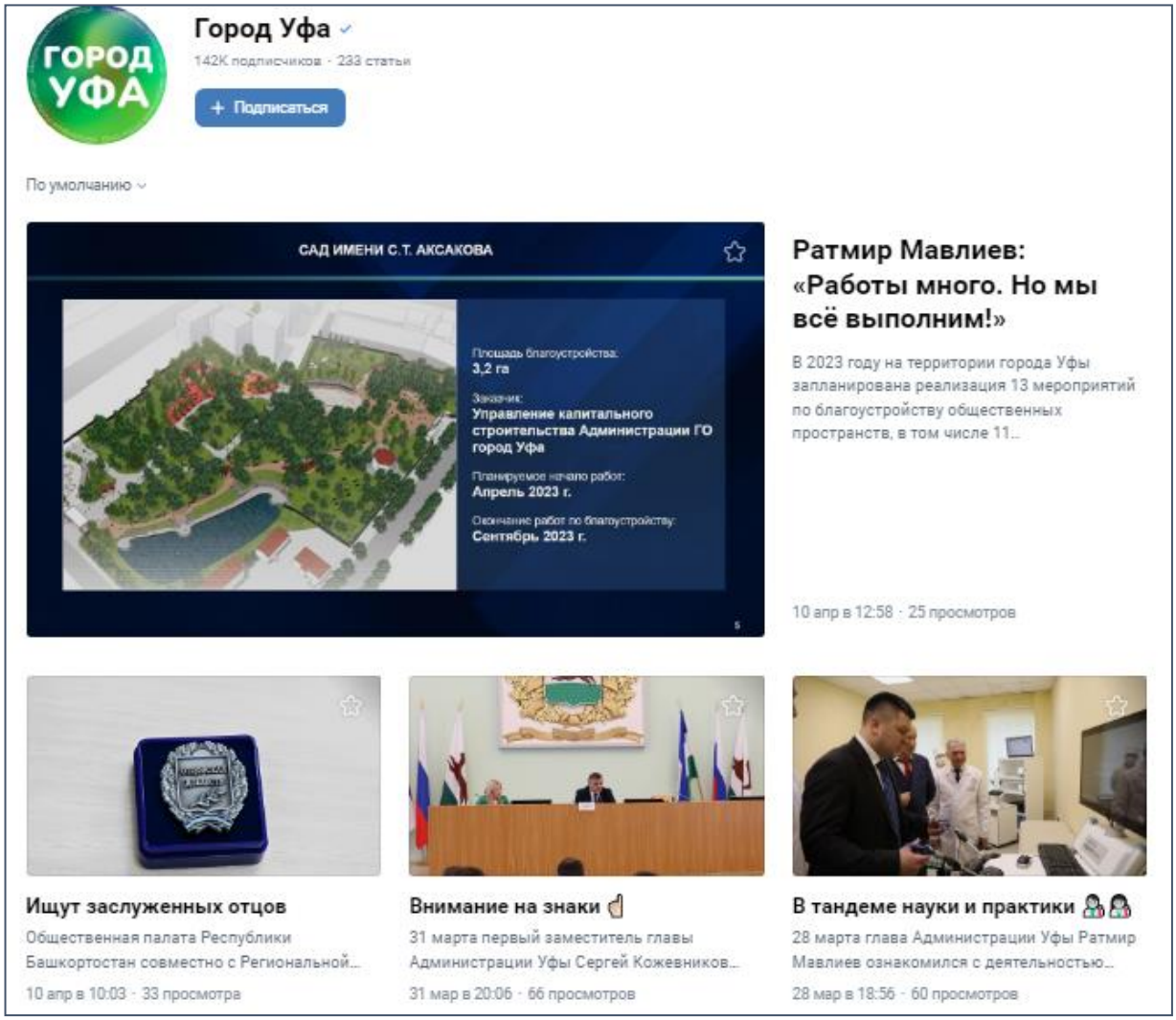


Рисунок 29. Пример размещения информации в официальной группе г.Уфа в социальной сети «ВКонтакте»

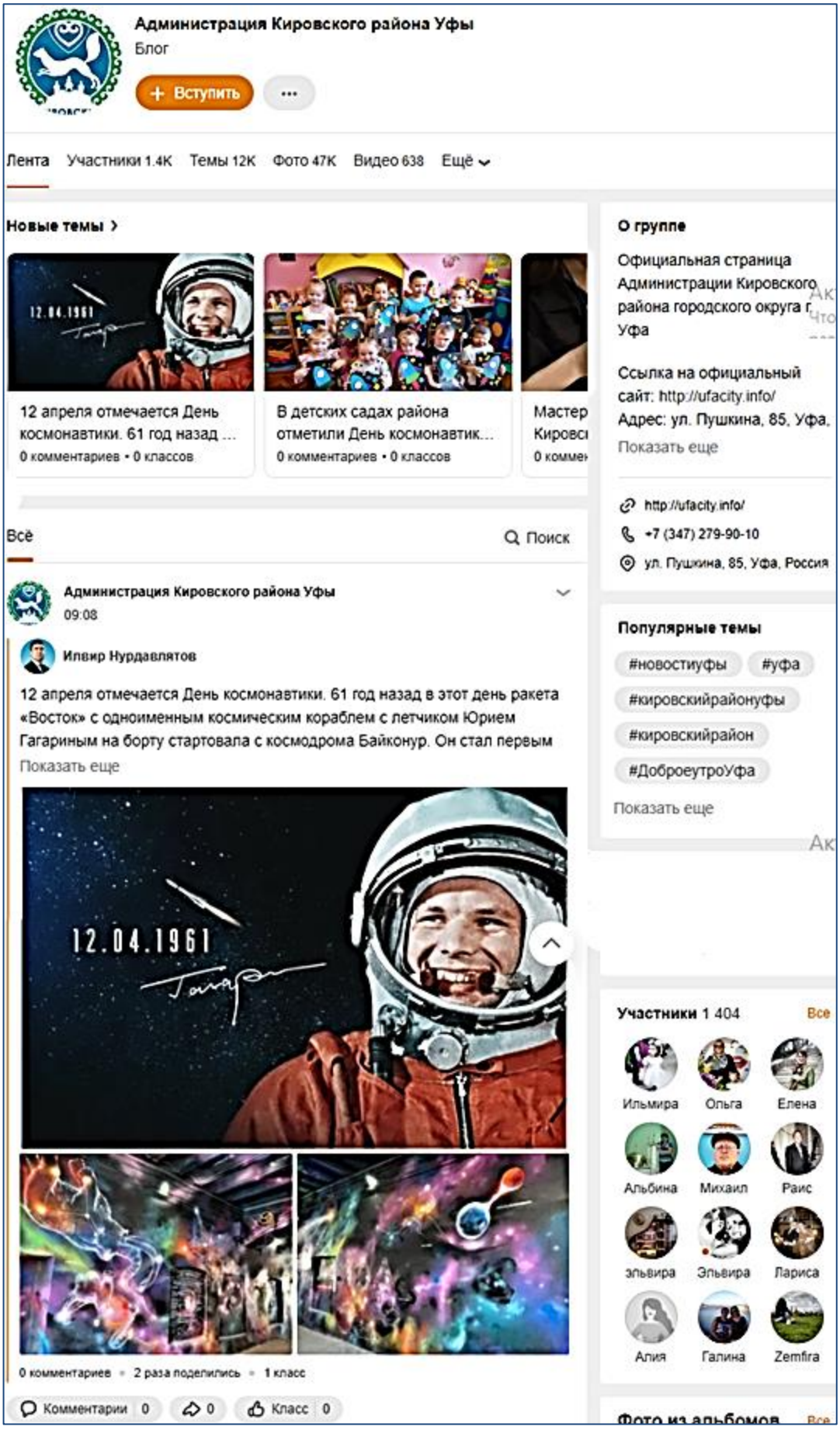


Рисунок 30. Пример размещения информации в официальной группе Кировского района г.Уфы в социальной сети «Одноклассники»



Выработка стиля изложения.

Размещаемая информация, имиджевые материалы должны быть написаны понятным, доступным языком, четко, без сложных терминов и оборотов, легко восприниматься. Рекомендуется размещать информацию в социальных сетях, не более 7–8-ми раз в неделю, используя официальный и/или неофициальный стиль изложения. Выработать стиль изложения, который позволит выстроить и поддерживать полноценный двусторонний интерактивный диалог с гражданами. Размещаемая информация должна быть актуальной, достоверной, доступной для понимания, представлять интерес.



Соблюдение авторских прав.

При размещении материалов со сторонних ресурсов (репосте) необходимо проводить их анализ и отдавать предпочтение официальным ведомственным ресурсам, добавить к ним сообщение. В случае отсутствия такой информации необходимо убедиться, что повторно публикуемый материал не нарушает авторских прав, не наносит ущерба ничьим интересам, не содержит явной либо скрытой рекламы товаров, услуг и не является деструктивным.

Отмечаем, что защиту авторских прав в России регулирует четвертая часть ГК РФ, а именно глава 70, в которой дается определение авторства и указаны особенности защиты авторских прав в сети Интернет. Согласно статье 1259 ГК РФ, защите подлежат произведения литературы, искусства и науки. Авторское право распространяется на любые продукты творческого труда, выраженные в объективной форме. Таковыми являются снимки, скульптура, хореография, живопись, видеоролики, тексты, книги и т.д.

Статья 1255 ГК РФ наделяет автора следующими правами:

- Имущественные – возможность использовать собственное произведение любыми законными методами и запрещать иным лицам делать это без ведома автора.
- Неимущественные – лицо, создавшее произведение, признается автором и способно единолично решать, под каким именем его использовать.

Авторские права возникают с момента создания произведения и не требуют формальных действий, подтверждающих авторство — регистрации или получения свидетельства.

В каких случаях разрешение автора не требуется?

Закон оговаривает условия, при которых использование контента не является нарушением ГК РФ Статьи 1255. Авторские права и допускается без разрешения и ведома автора. Чаще всего в сети используется цитирование.

Условия легитимности цитирования:

- Цель – цитирование осуществляется в научных, культурных и иных целях, указанных в статье 1274 ГК РФ.
- Публикация – цитируемое произведение обнародовано автором.
- Авторство – указано имя автора и источник цитирования.

Кроме цитирования, не является нарушением использование произведения:

- в личных целях;
- библиотеками;
- в местах, открытых для свободного посещения;
- в интересах следствия или судопроизводства.

Таким образом, при использовании фото из интернета следует:

– Четко понимать цель, с которой Вы берете фотографии. Они должны быть научными, полемическими, критическими, информационными, учебными или культурными. Если Вы берете фото из сети для размещения на упаковке продукции или для заглавного фото на свой сайт, то это уже будет нарушением.

– Если цель Вашего использования подходит, то при использовании обязательно указание автора и источника заимствования.

– И, конечно, объем цитирования – он должен быть ровно таким, который необходим для осуществления Вашей цели.

– Следует быть уверенным, что фото в источнике размещено правомерно.



Организация онлайн-взаимодействия с пользователями.

Онлайн-взаимодействие с пользователями – важная часть при ведении социальных сетей организации. Вам необходимо быть активным пользователем социальной сети и уделять значительную часть времени в ней: реагировать на размещенные комментарии, отслеживать уведомления и упоминания, отвечать на сообщения. Это, в свою очередь, требует выделения временных интервалов в рабочем графике для проверки страницы и аккаунтов организации на наличие комментариев, сообщений и т.д. Например, полчаса утром в 09:00-09:30; в предобеденное время в 12:30-13:00; в вечернее время в 17:30-18:00. По возможности в позднее вечернее время – в промежутке с 20:00 до 20:30, если наблюдается вечерняя активность аудитории.

Для удобства, повышения оперативности в работе с комментариями, уведомлениями рекомендуется:

1. Вкладки в браузере со ссылками на страницы и аккаунты держать открытыми. Для чего вы можете использовать отдельный браузер, чтобы не загружать основной.

2. На рабочем и/или личном смартфоне установите приложения социальных сетей, в которых представлена страница учреждения.

3. Для удобства работы с каждой социальной сетью необходимо настроить порядок получения уведомлений. Это позволит получать уведомления на электронный адрес, дублировать по СМС.

Отдельно обратите внимание в социальных сетях на функцию «Сообщения странице». Она позволяет подписчику напрямую обращаться в организацию, используя мессенджер социальной сети.



Подбор правильного тона коммуникации.

В процессе общения важно подобрать правильный тон коммуникации. Тон публикаций и ответа на комментарии должен быть нейтрально-дружественным. Граждане и участники социальных сетей положительно реагируют и отзываются на более «человечные» сообщения. Коммуникация с участниками онлайн-ресурса должен соответствовать общекультурным правилам и нормам права, соблюдать нормы культуры и вежливости при общении с гражданами. Категорически запрещается использовать ненормативную лексику, оскорбительные либо унизительные формулировки текста, высказываний, обращений, деструктивных проявлений. В случае возникновения активной дискуссии, необходимо осуществлять контроль и модерирование конкретной темы, ее содержания с целью предотвращения возможного общения в неконструктивное русло, предупреждения деструктивного развития диалога.



Использование «черных списков».

Для противодействия деструктивным проявлениям рекомендуется использовать «черные списки» запрещенных слов и выражений с целью их блокировки и возможной массовой рассылки.



Участие в дискуссиях с пользователями.

Социальные сети являются эффективным инструментом обратной связи с обществом, гражданами. Публикации в социальных сетях могут быть открыты или закрыты для комментариев пользователей. Это обусловлено имеющимся встроенным функционалом и спецификой самих социальных сетей. Поэтому рекомендуется воздерживаться от участия в активной дискуссии, так как она может перейти в форму троллинга со стороны пользователей. Вопрос оставления или удаления комментария, имеющего негативный характер, решается индивидуально и ситуативно. При этом нужно помнить, что негативные комментарии в ленте официального или личного аккаунта отрицательно сказываются на его имидже.

Организация интерактивного взаимодействия.

С целью осуществления интерактива в общении с пользователями полезно проводить голосования, опросы, конкурсы и т.д. Развивать данный аккаунт помогают такие пользователи (фолловеры), которые активно связаны с выбранной тематикой и интересны с точки зрения предоставления дополнительной информации и привлечения новых подписчиков. На рисунках 31 и 32 представлены примеры голосования и опроса в социальной сети «ВКонтакте».



Рисунок 31. Пример голосования в социальной сети ВКонтакте

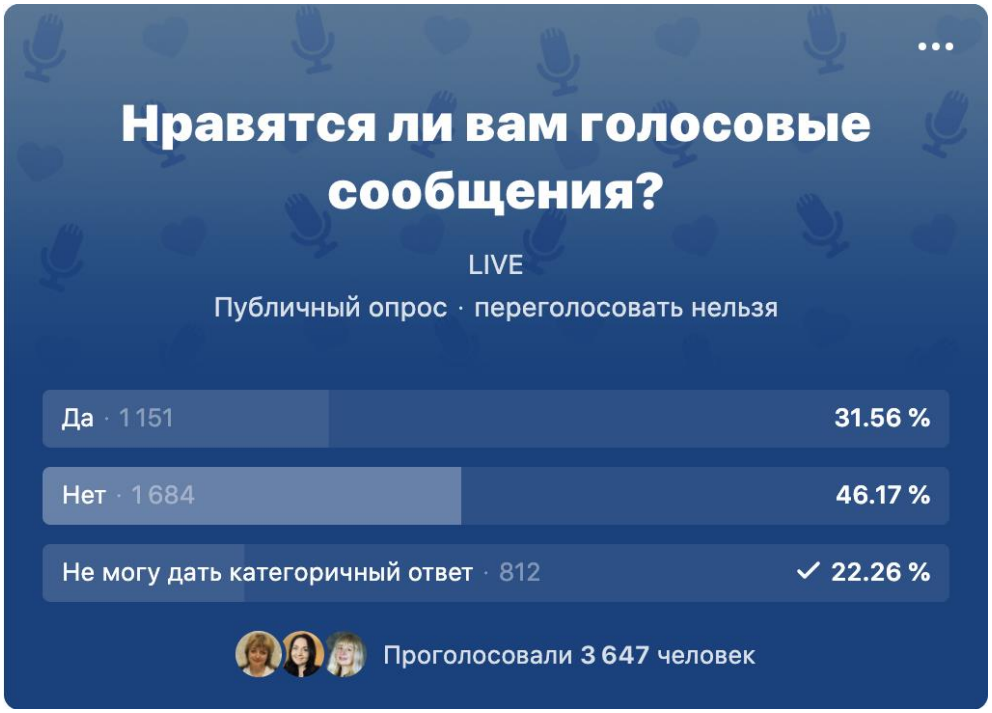


Рисунок 32. Пример опроса в социальной сети ВКонтакте



Использование уникального контента.

С целью повышения рейтинга личной страницы, страницы организации необходимо использовать уникальный контент, отражающий профессиональные и личные интересы. Уникальный, качественный и полезный контент – это эффективное средство, позволяющее повысить уровень вовлеченности участников и привлечь новых подписчиков. Необходимо создавать и размещать такую информацию и материалы, которую участники захотят сохранить у себя на странице или поделиться с другими. Таким образом, обеспечивается распространение информации в сети среди ее участников посредством репоста.



Поддержка стартовой активности участников.

Для эффективной работы в социальных сетях достаточно часто необходимо поддерживать стартовую активность среди участников. Многие из них стесняются и сдерживают себя в написании первого комментария к записи. Вы можете самостоятельно модерировать данный процесс и первым начать обсуждение, используя отдельный личный профиль. Это позволит активизировать остальных участников для обсуждения новости, информации или иного материала, сообщения.

Хочется отметить, что очень важно обращать внимание на оформление страницы вашего аккаунта в социальных сетях, стремиться сделать аккаунт более привлекательным и аутентичным вашей профессиональной деятельности и личным интересам.

Отметим преимущества, характерные для социальных сетей и работе в них:

❖ основные затраты при использовании социальных сетей формируются из издержек по созданию и поддержке аккаунта;

❖ осуществление процесса реализации инициатив, сбор и анализ получаемой информации и реакции пользователей становится оперативным и упрощенным;

❖ увеличение информационной открытости и развитие публичности в профессиональной деятельности повышает уровень доверия общества;

❖ осуществление максимального быстрого распространения благодаря возможностям социальных сетей;

❖ социальные сети формируют более имиджевый потенциал и узнаваемость в сравнении с официальными сайтами организаций;

❖ появляется новая и дополнительная возможность организации диалога с населением, пользователями посредством новых цифровых технологий;

❖ социальные сети способствуют продвижению инноваций в сфере предоставления государственных услуг.

Отдельно хочется выделить активно развивающиеся направления организации коммуникаций в социальных сетях:

❖ использование социальных сетей в качестве информационно-просветительской площадки;

❖ использование социальных сетей в качестве инструмента противодействия деструктивных течений и проявлений;

❖ повышение открытости организации для общества;

❖ мониторинг и анализ, учета интересов и потребностей граждан, организаций, при выборе управленческих решений;

❖ получение оценки и возможных рисков общественно значимых решений;

❖ использование социальных сетей для повышения оперативности и качества коммуникационного взаимодействия;

❖ повышение информированности граждан о работе организаций;

❖ применение корректировок в решениях с учетом происходящих изменений;

❖ расширение, повышение оперативности и гибкости внутреннего и межведомственного сотрудничества на основе применения внутренних платформ социальных сетей;

❖ изучение поведения граждан и сообществ в интернет-пространстве;

❖ анализ индивидуальной и групповой онлайн-активности граждан;

❖ оценка качества, популярности и востребованности цифрового контента;

❖ формирование у молодого поколения правильного образа жизни, правильных ценностей, патриотизма.

Таким образом, в условиях профессиональной деятельности и поставленных задач специалистам необходимо использовать современные цифровые инструменты и сервисы взаимодействия с гражданами, включая социальные сети. Развитие социальных сетей как коммуникационного инструмента позволяет расширить доступ к интернету, повысить активность и рост участников. В профессиональной деятельности специалистам необходимо осуществлять работу в социальных сетях, размещать информационные материалы, проводить разъяснительные дискуссии, активно взаимодействовать с ее участниками.



ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 1

1. Изучите содержание следующих документов:

- Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации».
- Федеральный закон от 22.12.2008 г. № 262-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации».
- Федеральный закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления».

2. Оформите страницу организации в социальной сети «ВКонтакте».
3. Оформите страницу организации в социальной сети «Одноклассники».
4. Перечислите основные характеристики социальных сетей.
5. Дайте определение понятию «социальные сети».
6. Придумайте хештег и используйте его в процессе ведения страницы вашей организации в социальных сетях.



ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 1

1. Выберите правильное определение понятия «социальная сеть».

а) онлайн-платформа, которая используется для общения, знакомств, создания социальных отношений между людьми, которые имеют схожие интересы или офлайн-связи, а также для развлечения (музыка, фильмы) и работы;

б) цифровой инструмент для организации онлайн-взаимодействия в форме совещаний, видеоконференций, консультаций и других видов взаимодействия, организуемых удаленно;

в) отечественный цифровой инструмент для хостинга и просмотра видеоматериалов;

г) цифровой инструмент, представленный облачным сервисом, позволяющий создавать формы обратной связи, проводить опросы и голосования.

2. К отечественным социальным сетям относятся (выберите несколько вариантов ответа):

а) ВКонтакте;

б) Одноклассники;

в) Instagram;

г) Facebook.

3. В каком году был введен в обиход термин «социальные сети» (англ. аналог «social networking service»)?

а) 1953 году;

б) 1954 году;

в) 1955 году;

г) 1956 году.

4. К основным характеристикам социальных сетей НЕ относится:

а) мультимедийность и интерактивность;

б) возможность постоянного размещения материалов и информации;

в) осуществление контроля за содержанием размещаемой информации;

г) организация совместного доступа.

5. Сообщество – это …

а) группа людей, объединенных одними взглядами, идеями, интересами или событиями, являющихся пользователями одной и той же социальной сети;

б) страница, созданная с целью предоставления информации о компании, бренде, персоне или на определенную тему;

в) человек, подписанный на ваш аккаунт или сообщество;

г) учетная запись пользователя в социальных сетях.

5. К основным нормативным правовым документам применения социальных сетей в профессиональной деятельности относятся (выберите несколько вариантов ответа):

а) Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон "Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления" и статью 10 Федерального закона "Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» от 14.07.2022 №270-ФЗ;

б) Распоряжение от 2 сентября 2022 года №2523-р;

в) Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 №273-ФЗ;

г) Постановление Правительства РФ от 07.12.2020 № 2040 «О проведении эксперимента по внедрению цифровой образовательной среды».

6. Выберите правильное определение понятия «профиль».

а) страница, созданная с целью предоставления информации о компании, бренде, персоне или на определенную тему;

б) учетная запись пользователя в социальной сети, вход по которой осуществляется с помощью логина / номера телефона / e-mail и пароля;

в) картинка, которую пользователь выбирает в качестве представления его аккаунта или сообщества компании;

г) информация, публикуемая в социальных сетях.

7. Выберите правильное определение понятия «хэштег».

а) ключевое слово, тема или несколько слов сообщения, тег (пометка), используемый в микроблогах и социальных сетях, облегчающий поиск сообщений по теме или содержанию;

б) имя учётной записи пользователя в социальных сетях;

в) материал для длительного чтения, размещаемый в интернете;

г) группа пользователей интернета, которые имеют общий интерес.

9. Выберите символ для обозначения хэштега.

а) #

б) @

в) &

г) $

10. Выберите рекомендуемое количество постов (записей), размещаемых в социальных сетях?

а) не более 2-3 раз в неделю
б) не более 4-5 раз в неделю
в) не более 5-6 раз в неделю
г) не более 7-8ми раз в неделю

ГЛАВА 2.
ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

§2.1. Социальная сеть «ВКонтакте»: понятие и регистрация



«ВКонтакте» – социальная сеть для общения и взаимодействия с пользователями. Социальная сеть позволяет создавать профиль пользователя с фотографией и информацией о себе, приглашать друзей к виртуальному общению, загружать фотографии, аудио и видеозаписи, создать группы, сообщества по интересам.

Социальная сеть «ВКонтакте» (далее – «ВКонтакте») входит в число крупнейших социальных сетей в России. Изначально она создавалась как социальная сеть для студентов и выпускников российских высших учебных заведений. Социальная сеть является отечественной разработкой. 1 октября 2006 года обществом с ограниченной ответственностью «ВКонтакте» было зарегистрировано доменное имя vkontakte.ru. Данную дату принято считать датой основания сайта.

В настоящее время аудитория сайта представлена всеми категориями пользователей Интернета. Статистические, открытые данные предоставляют следующую информацию. По данным сайта «Vkontaktre.ru» российская аудитория ВКонтакте составляет 89,18 миллиона пользователей, из них 54,6 миллиона ежедневно пользуется социальной сетью.

На сегодняшний день суточные просмотры видео на платформе видеотехнологий социальной сети «ВКонтакте» достигли 1,96 млрд. Также социальная сеть «ВКонтакте» открыла доступ к монетизации прямых эфиров. Благодаря чему авторы сообществ могут получать доход от просмотра пользователями коротких рекламных видеороликов.

Количество созданных сообществ в социальной сети увеличилось на 28%, а количество просмотров ленты – на 45%. Число мини-приложений на платформе VK Mini Apps выросло на 90%. На платформе VK Mini Apps опубликовано более 75 тысяч приложений.

По данным Statista 60% пользователей используют ВКонтакте, чтобы общаться с друзьями и знакомыми в личных чатах. Еще 40% пользуются ВКонтакте для просмотра фото, видео и музыки.

Среднее время, проводимое пользователями в социальной сети с мобильного устройства, составляет 44,2 минуты в день. Для самой активной возрастной категории от 12 до 24 лет – это время составляет 57,1 минуты.

Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

Работа с социальной сетью «ВКонтакте» начинается с запуска приложения на цифровом устройстве (персональном компьютере, ноутбуке, смартфоне, планшете и т.д.) и авторизации под своим личным логином и паролем.

Для запуска приложения «ВКонтакте», необходимо скачать и установить его на цифровое устройство (смартфон, планшет). Для установки приложения на смартфон с платформой Android, необходимо зайти в приложение «Play Market» или «RuStore», а для платформы IOS (IPhone) необходимо войти в приложение «App Store». Далее в поисковой строке набрать текст – «ВКонтакте» (1), выбрать из предложенного списка приложение «ВКонтакте» (2) (рис. 33). На примере показана установка приложения «Вконтакте» через приложение «RuStore».

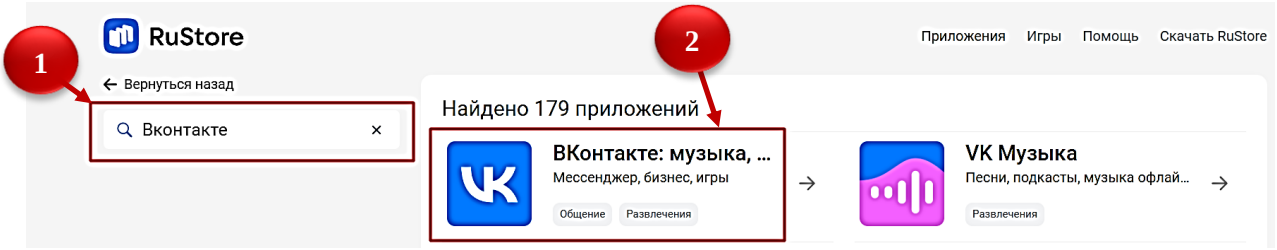


Рисунок 33. Установка приложения «ВКонтакте» на цифровое устройство (смартфон, планшет)

Далее нажмите кнопку «Установить». По окончании автоматической загрузки и установки, значок приложения «ВКонтакте» отобразится на рабочем столе вашего цифрового устройства (рис. 34)

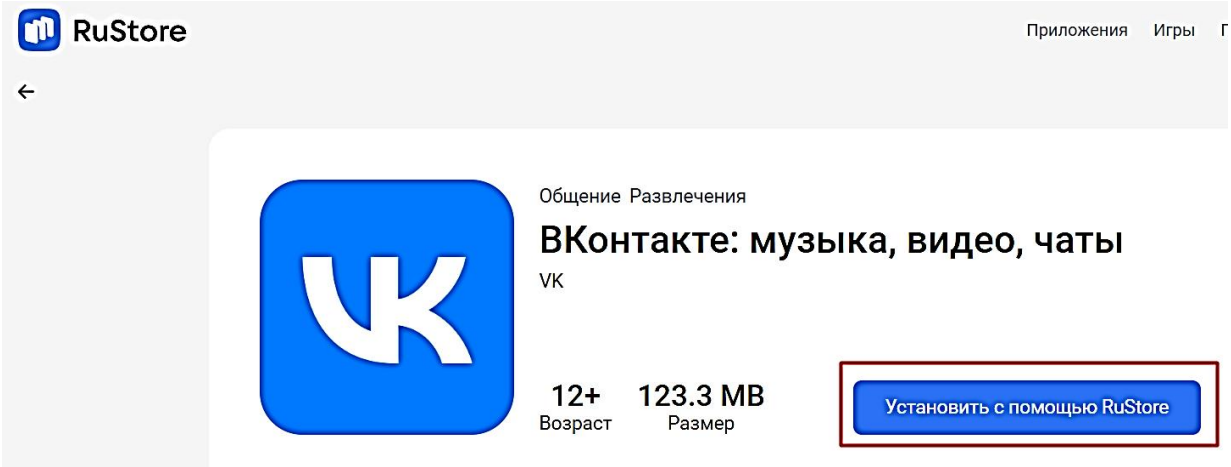


Рисунок 34. Установка приложения «ВКонтакте» на цифровое устройство (смартфон, планшет)

Помимо работы с социальной сетью «ВКонтакте» на смартфоне, данное приложение можно использовать также на таких цифровых устройствах как ноутбук и компьютер. Для запуска социальной сети откройте интернет браузер и в поисковой строке наберите адрес сайта vk.com (рис. 35).

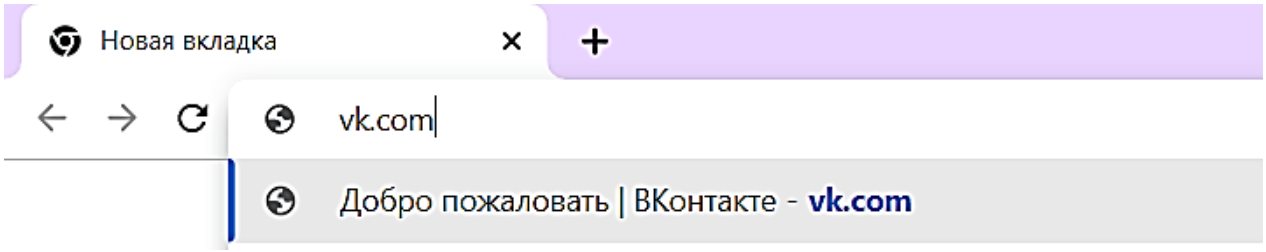


Рисунок 35. Адресная поисковая строка

Перейдя по данному электронному адресу, вы окажитесь на главной странице авторизации социальной сети «ВКонтакте» (рис. 36).

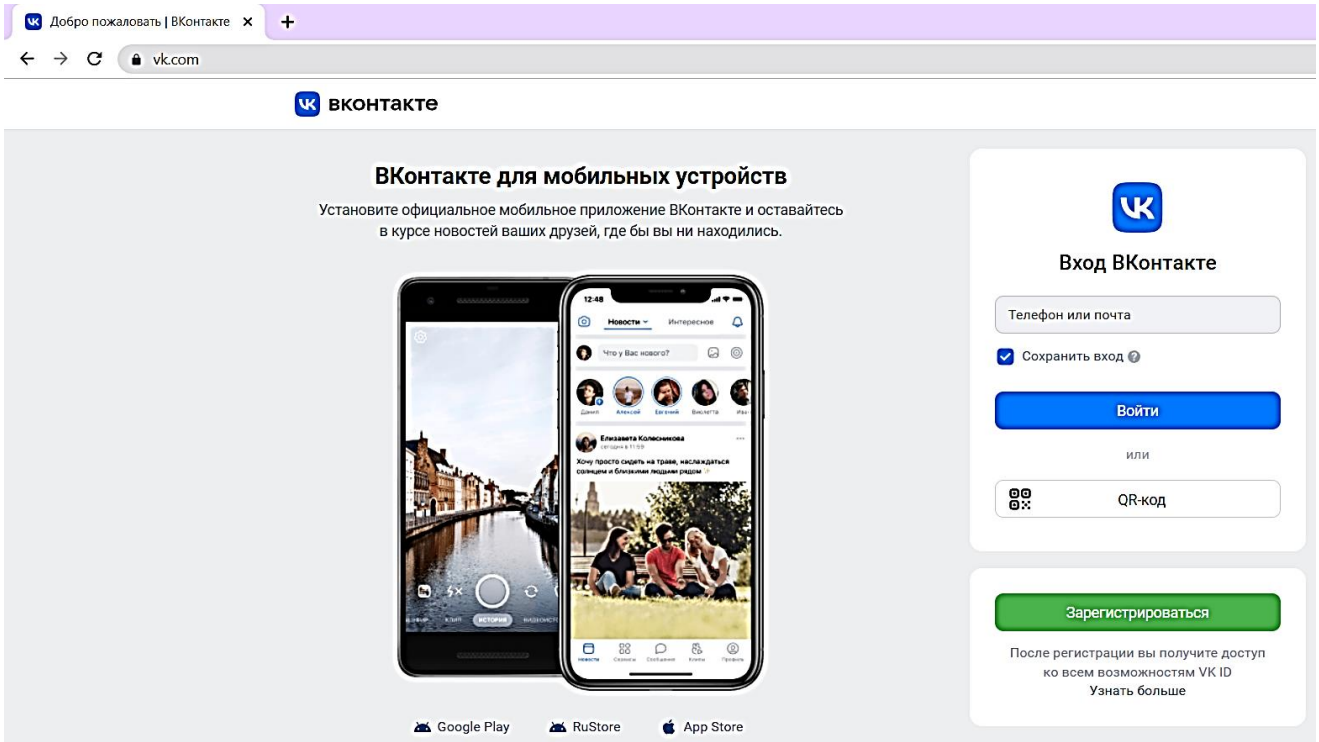


Рисунок 36. Страница авторизации «ВКонтакте»

Для начала работы необходимо зарегистрироваться в социальной сети. Для этого необходимо нажать кнопку «Зарегистрироваться» (рис. 37).

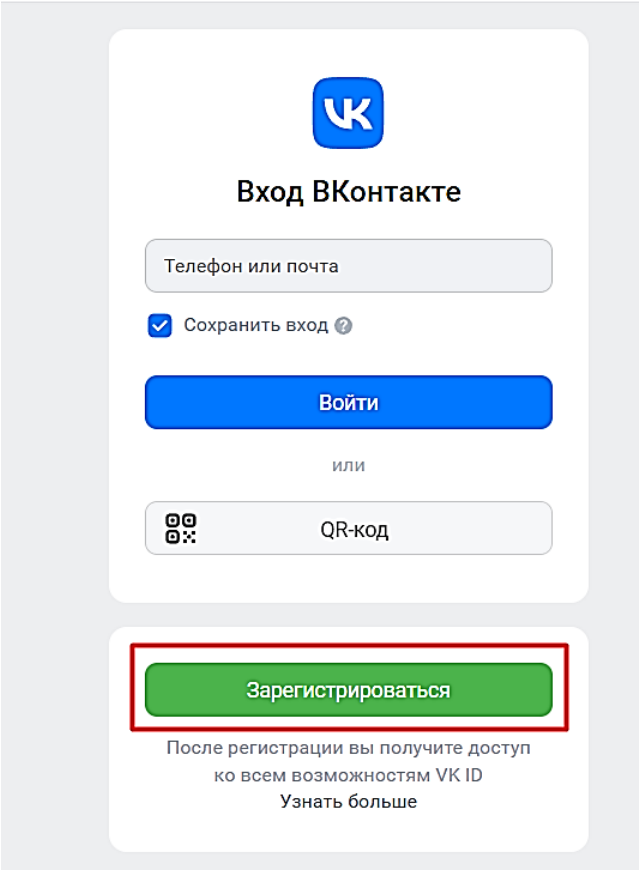


Рисунок 37. Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

В соответствующих полях введите имя и фамилию. Заполните поле с датой вашего рождения (рис. 38).

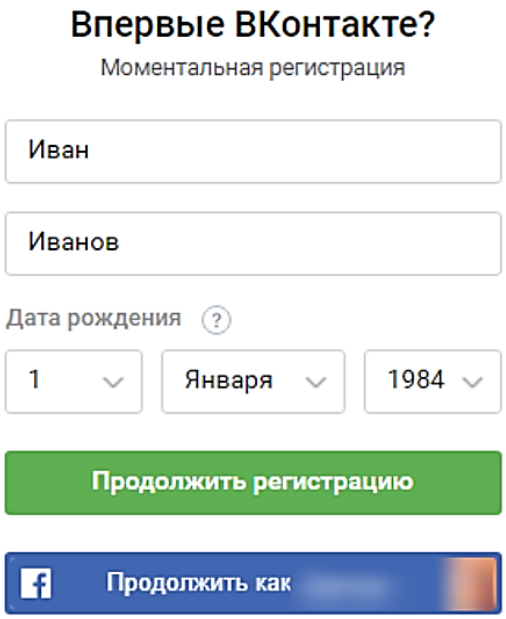


Рисунок 38. Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

Далее, необходимо ввести личный номер своего телефона (1) и нажать кнопку «Продолжить» (2) (рис. 39).

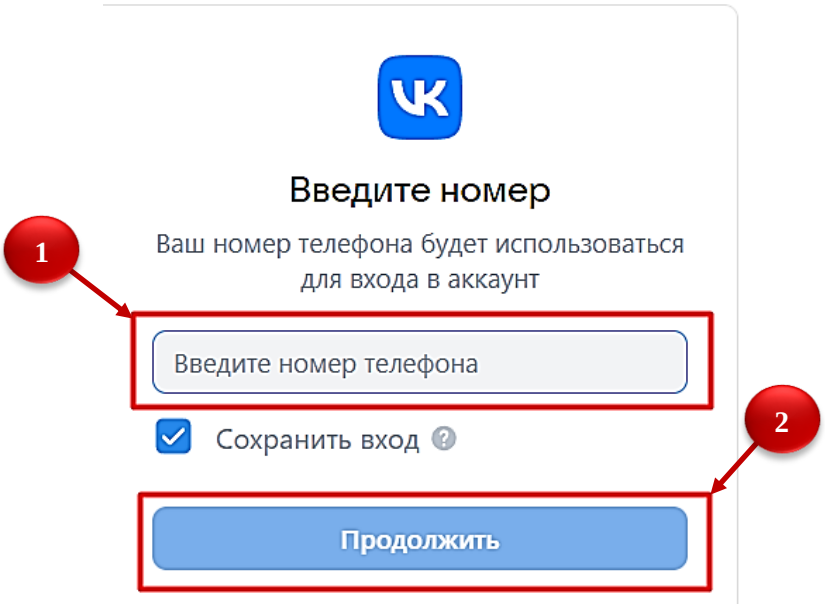


Рисунок 39. Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

Вам поступит СМС-сообщение с целью подтверждения вашего номера телефона. Для этого в поле «Код подтверждения» нужно ввести код из полученного СМС-сообщения (рис. 40).

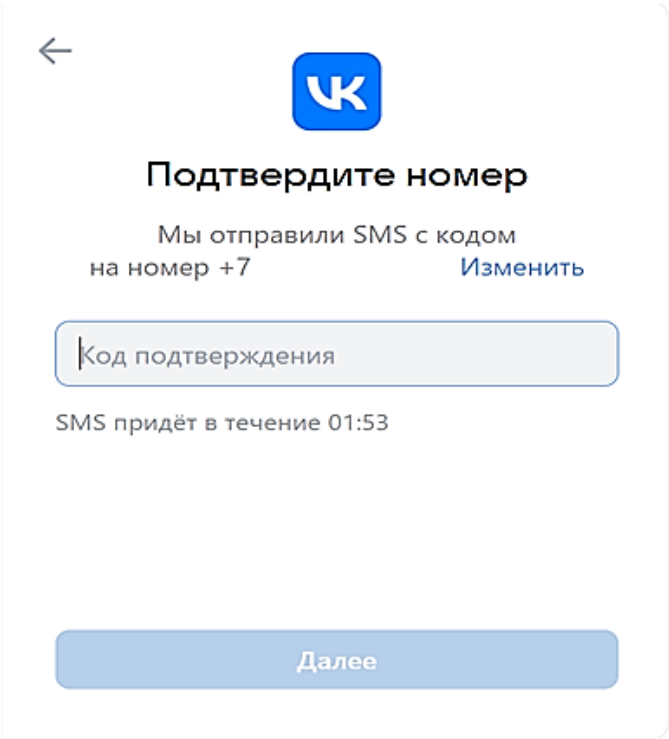


Рисунок 40. Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

Следующим шагом необходимо придумать уникальный и надежный пароль. Пароль должен быть достаточно сложным с целью обеспечения безопасности. Как правило, пароль состоит из строчных и заглавных букв, цифр и символов. Очень важно запомнить и сохранить пароль для того, чтобы не проходить процедуру его восстановления при утрате. Введите пароль и нажмите кнопку «Войти на сайт» (рис. 41).

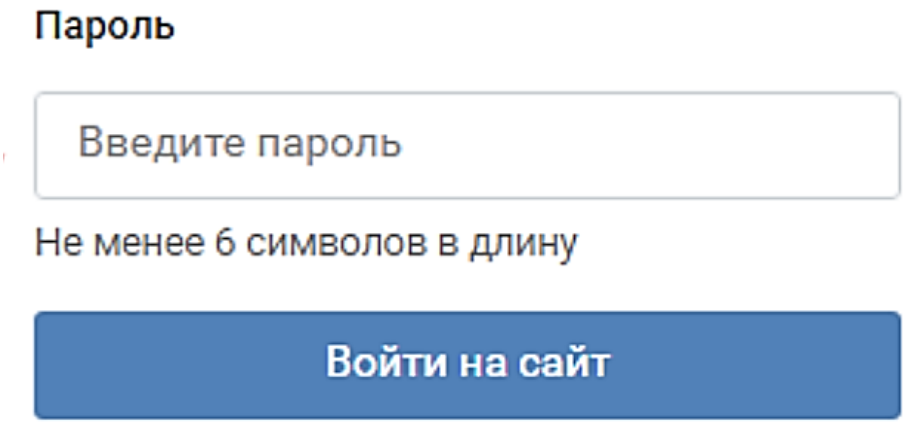


Рисунок 41. Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

Регистрация в социальной сети «ВКонтакте» завершена. Также «ВКонтакте» предложит вам заполнить персональные данные: страну и город проживания, образование и другие поля. Эти данные заполнятся по вашему желанию. Если вы не хотите их заполнять, нажмите кнопку «Пропустить» (рис. 42).

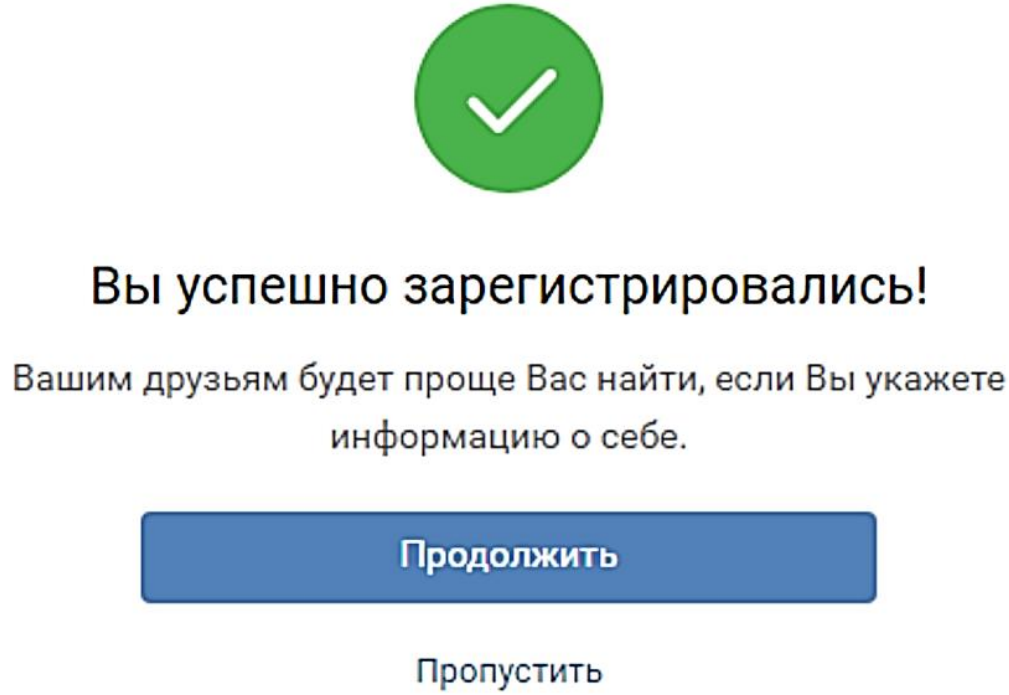


Рисунок 42. Регистрация в социальной сети «ВКонтакте»

§2.2. Социальная сеть «ВКонтакте»: основные разделы, функционал

При запуске социальной сети «ВКонтакте» Вам откроется главное меню. Главное меню представлено основными разделами (1), разделом «Истории» (2) и новостным меню (3) (рис. 43).

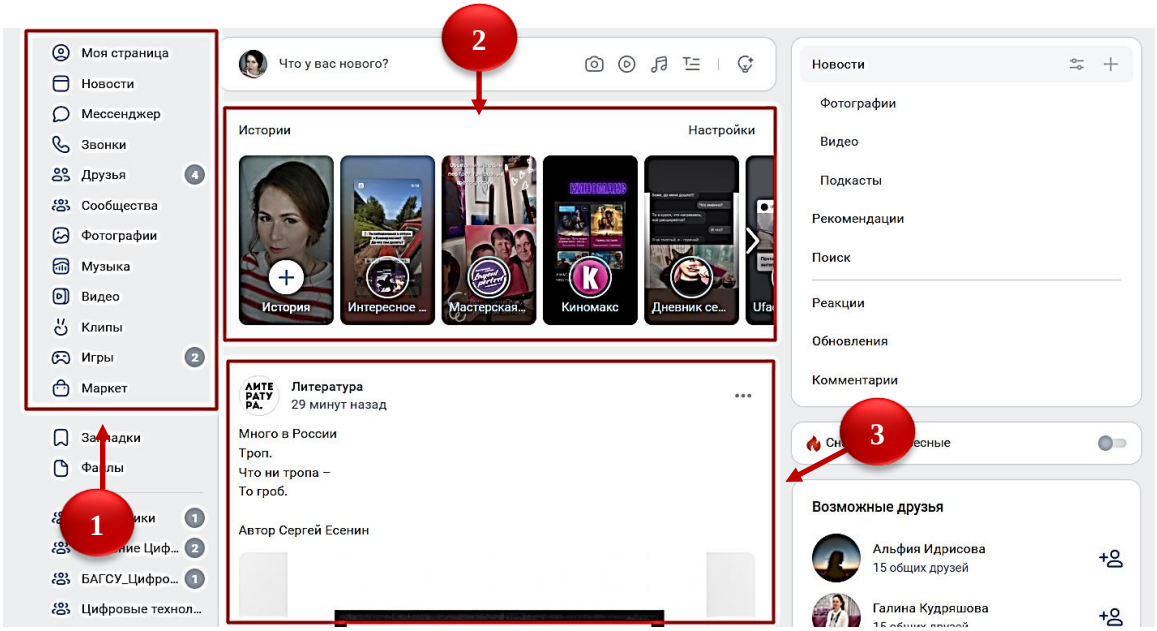


Рисунок 43. Главная страница социальной сети «ВКонтакте»

Рассмотрим основные разделы.

Раздел «Моя страница» – это ваш профиль, где находится информация о вас, ваши фотографии, видео, все посты, которые вы размещаете на своей странице (рис.44).

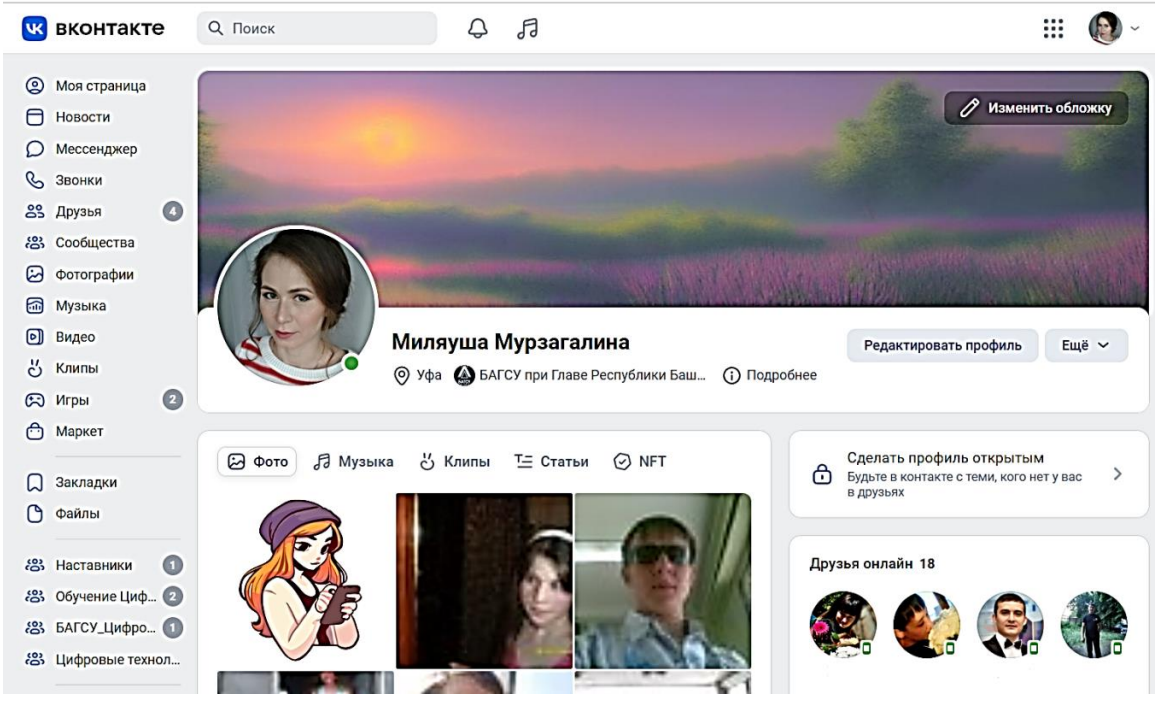


Рисунок 44. Раздел «Моя страница»

В данном разделе вы можете осуществлять редактирование своей страницы. Для чего требуется нажать кнопку «Редактировать профиль» (рис. 45).

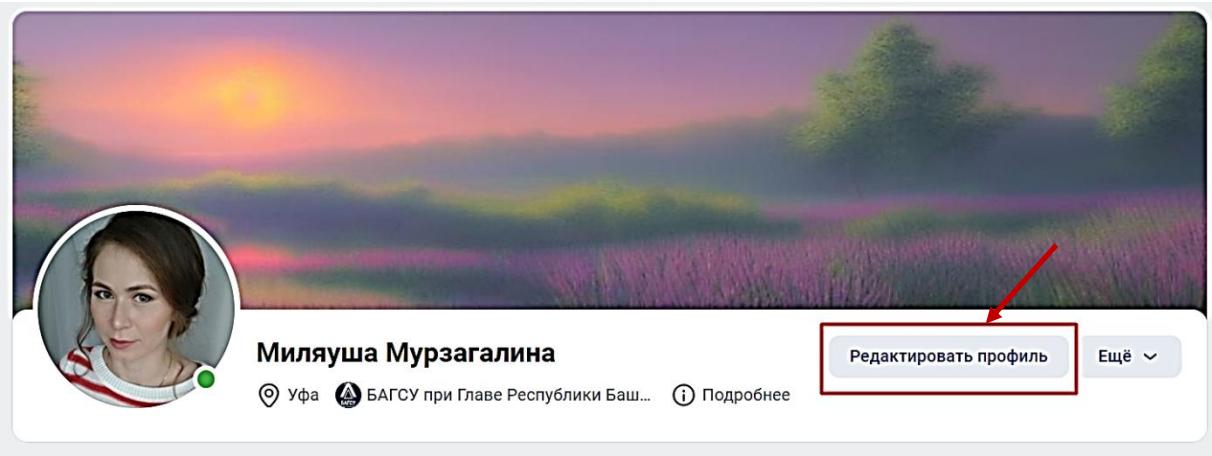


Рисунок 45. Редактирование информации профиля

В открывшемся окне отредактируйте необходимую информацию. Вы можете отредактировать информацию, которая размещена в следующих вкладках: «Профиль», «Контакты», «Интересы», «Образование», «Карьера», «Военная служба», «Жизненная позиция». Для этого войдите на нужную вкладку (1) и укажите необходимую информацию в соответствующих полях (2). После внесения информации нажмите кнопку «Сохранить» (3). Ваша информация отредактирована (рис.46).

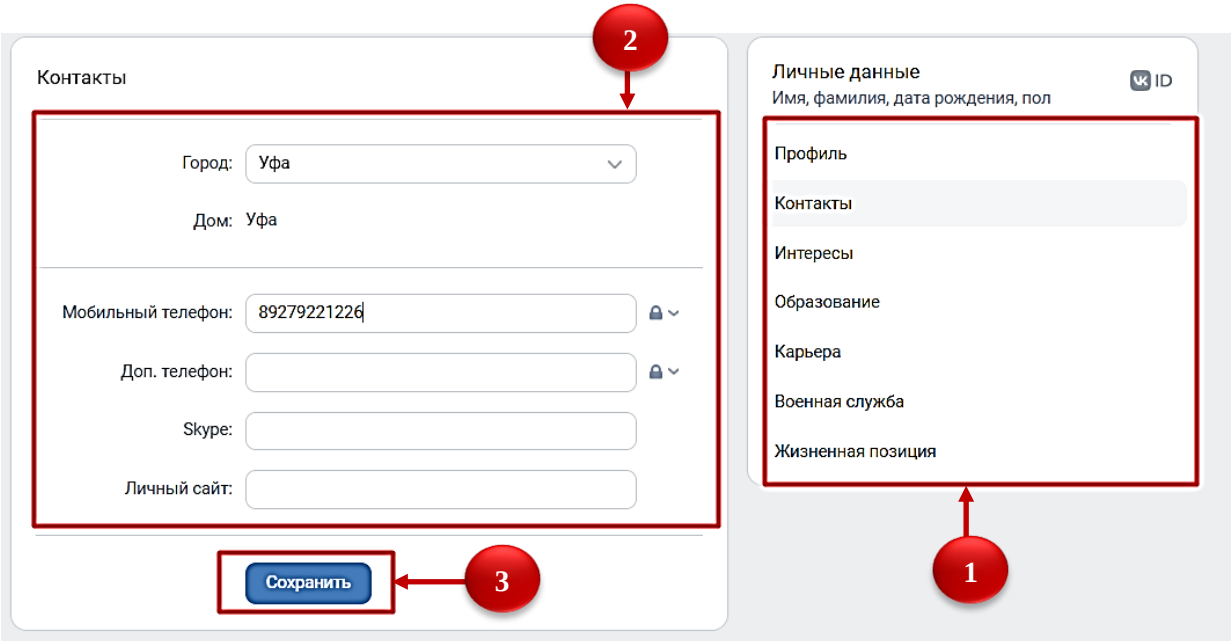


Рисунок 46. Редактирование информации профиля

В разделе «Новости» отображаются все новые публикации пользователей и сообществ, на которые вы подписаны (рис. 47).



Рисунок 47. Раздел «Новости»

Вы можете дать оценку этим публикациям (например, поставить «лайк»). Для этого нажмите левой кнопкой компьютерной мыши на пиктограмму, изображенную в виде «Сердца» под публикацией (рис. 48).



Рисунок 48. Оценка публикации

Также вы имеете возможность комментировать содержание публикации. Для этого необходимо нажать на пиктограмму, изображенную в виде «Квадрата» (1). Вам откроется поле для ввода текста вашего комментария. Введите текст комментария (2) и для его публикации нажмите пиктограмму, изображенную в виде «Стрелочки» (3) (рис. 49).

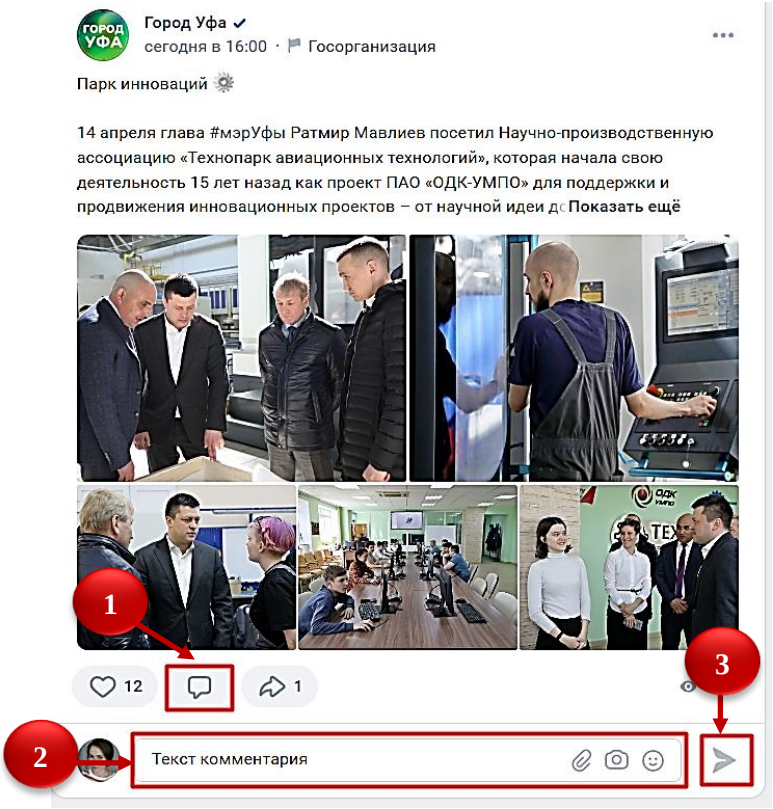


Рисунок 49. Комментирование содержания публикации

Также в разделе «Новости» вы сможете воспользоваться разделом «История». «История» – это инструмент, с помощью которого вы можете делиться с друзьями фотографиями и короткими видеороликами ВКонтакте, не размещая их в своём профиле. Ваши истории будут видны друзьям и подписчикам в блоке над новостями в течение 24 часов после публикации (рис. 50).

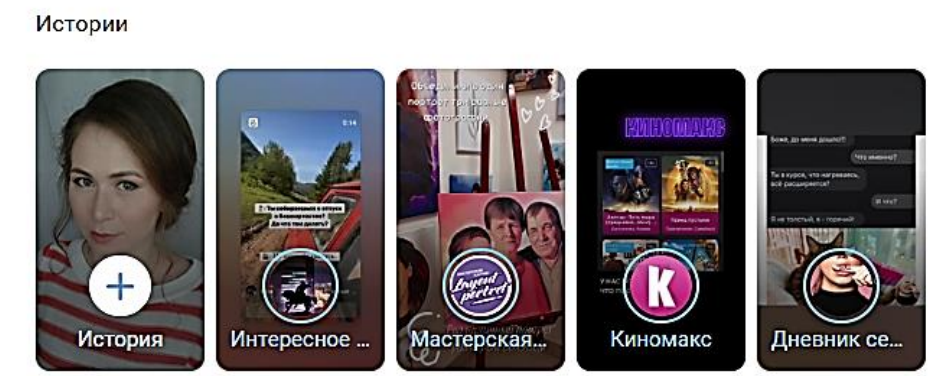


Рисунок 50. Раздел «История»

Для того, чтобы опубликовать «Историю» в форме видеоролика или фотографии, нажмите пиктограмму, изображенную в виде «Вашей фотографии с плюсом» в верхней части экрана (рис. 51).

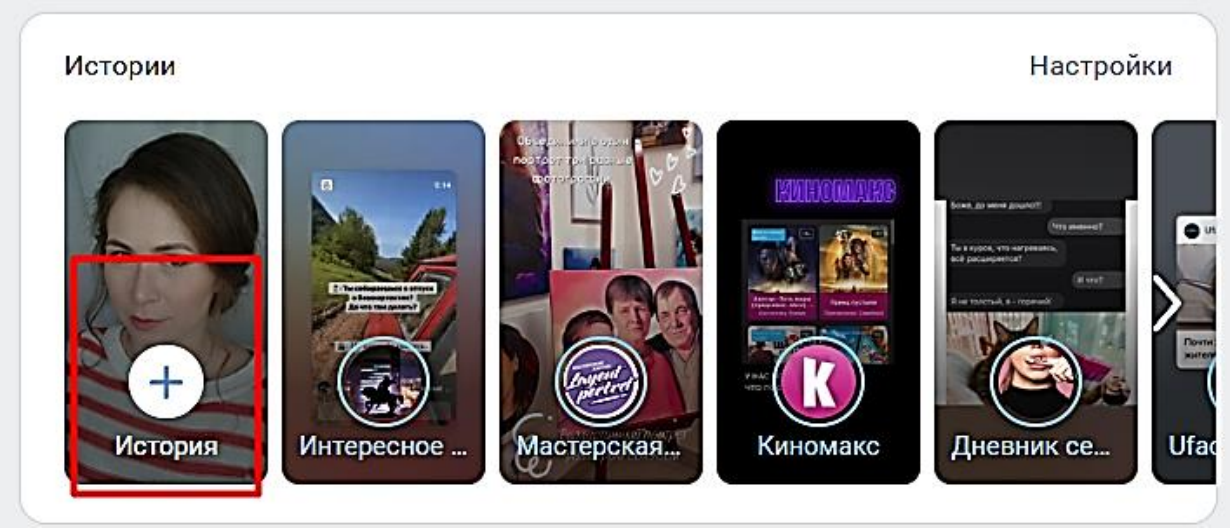


Рисунок 51. Размещение и публикация истории

В открывшемся окне нажмите пиктограмму, изображенную в виде «фотокамеры» (рис. 52).

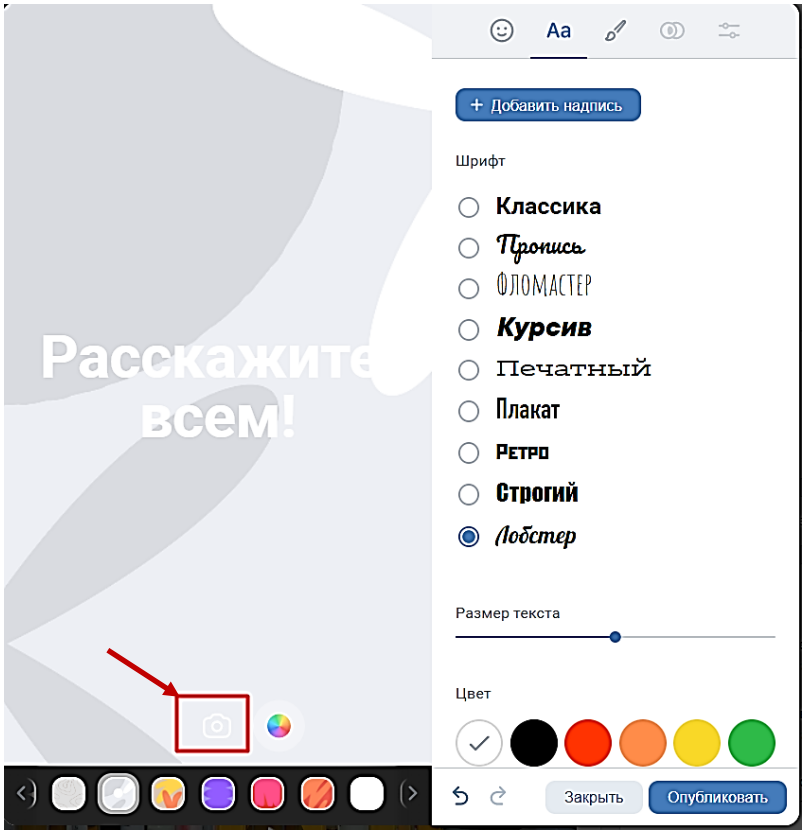


Рисунок 52. Размещение и публикация истории

В следующем открывшемся окне, выберите на вашем цифровом устройстве необходимую фотографию и/или изображение для публикации (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 53).

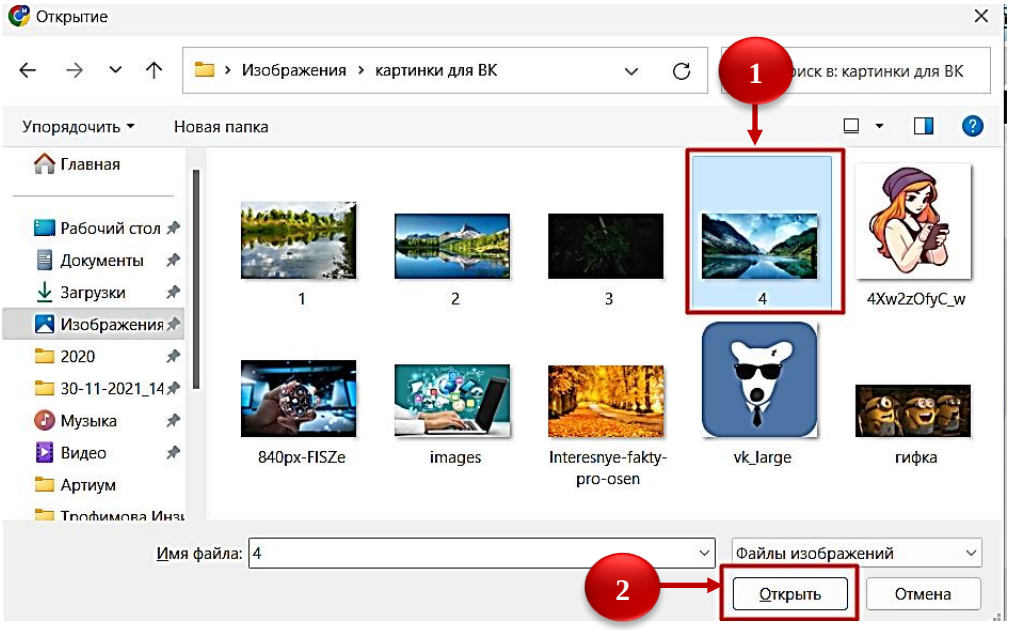


Рисунок 53. Размещение и публикация истории

Вместе с фотографией и/или изображением вы можете добавить текст (1). Поле для ввода текста размещается по умолчанию. Также вы можете выбрать вид начертания текста, его размер и цвет (2). После осуществления всех настроек, для публикации истории нажмите кнопку «Опубликовать» (3) (рис. 54).

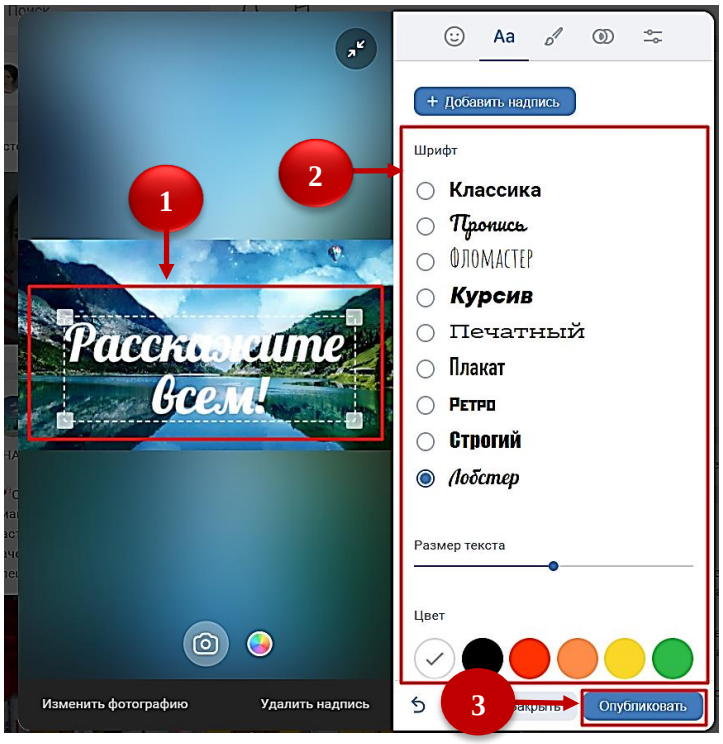


Рисунок 54. Размещение и публикация истории

Раздел «Мессенджер». Позволяет общаться с пользователями, а именно: переписываться, звонить, отправлять музыку, фотографии, видео или файлы (рис. 55).

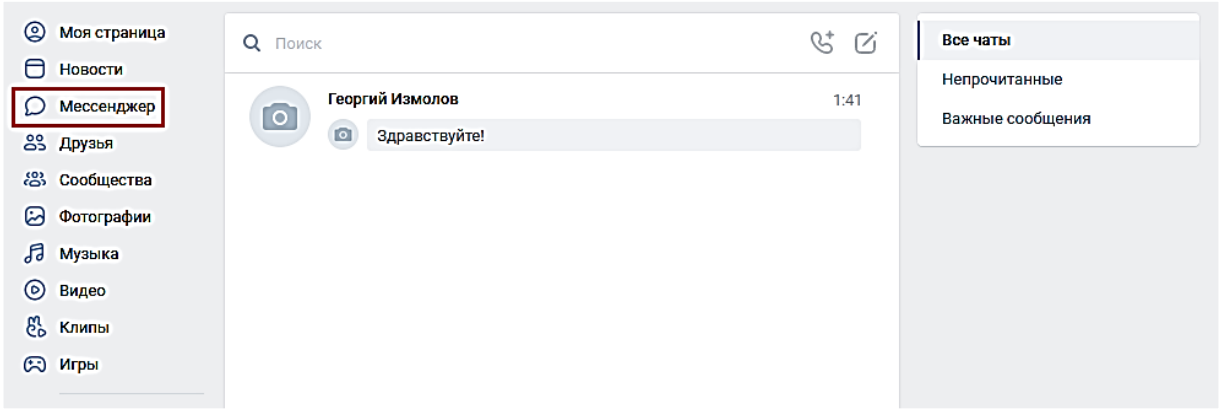


Рисунок 55. Раздел «Мессенджер»

Для того, чтобы написать сообщение пользователю «ВКонтакте» в поле «Поиск», с изображением пиктограммы в виде «лупы», введите его имя или фамилию (1). Ниже, в разделе «Чаты», появятся все пользователи с введенным именем или фамилией. Выберите нужного пользователя. Для этого нажмите на него левой кнопкой мыши (2) (рис. 56).

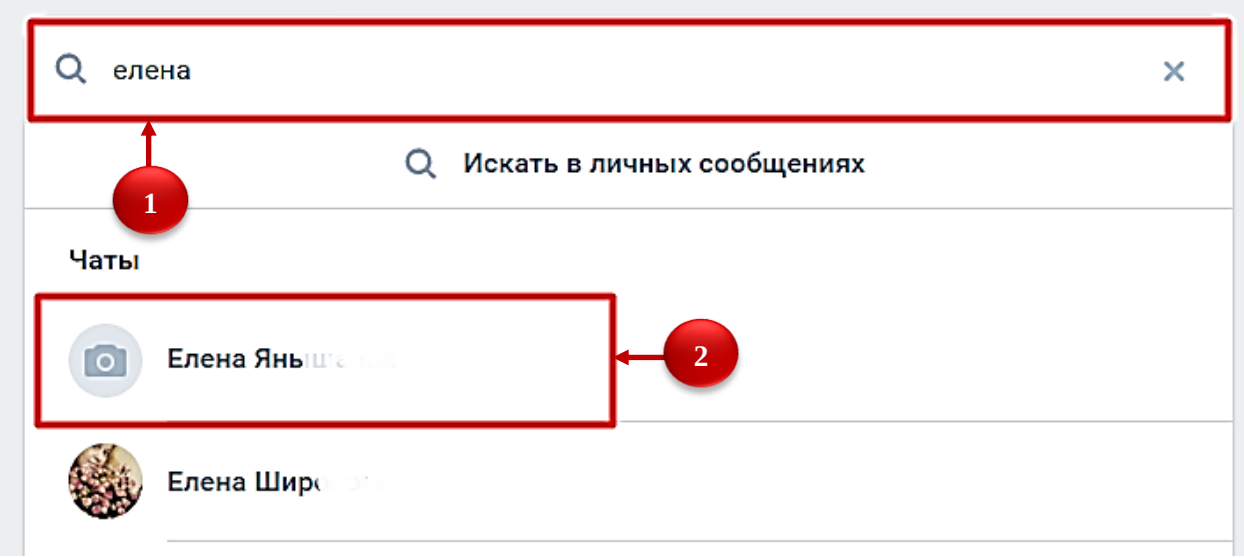


Рисунок 56. Отправка сообщения пользователю в социальной сети «ВКонтакте»

В открывшемся окне, напишите текст сообщения (1) и нажмите кнопку, изображенную в виде «стрелки» для его отправки (2) (рис. 57).

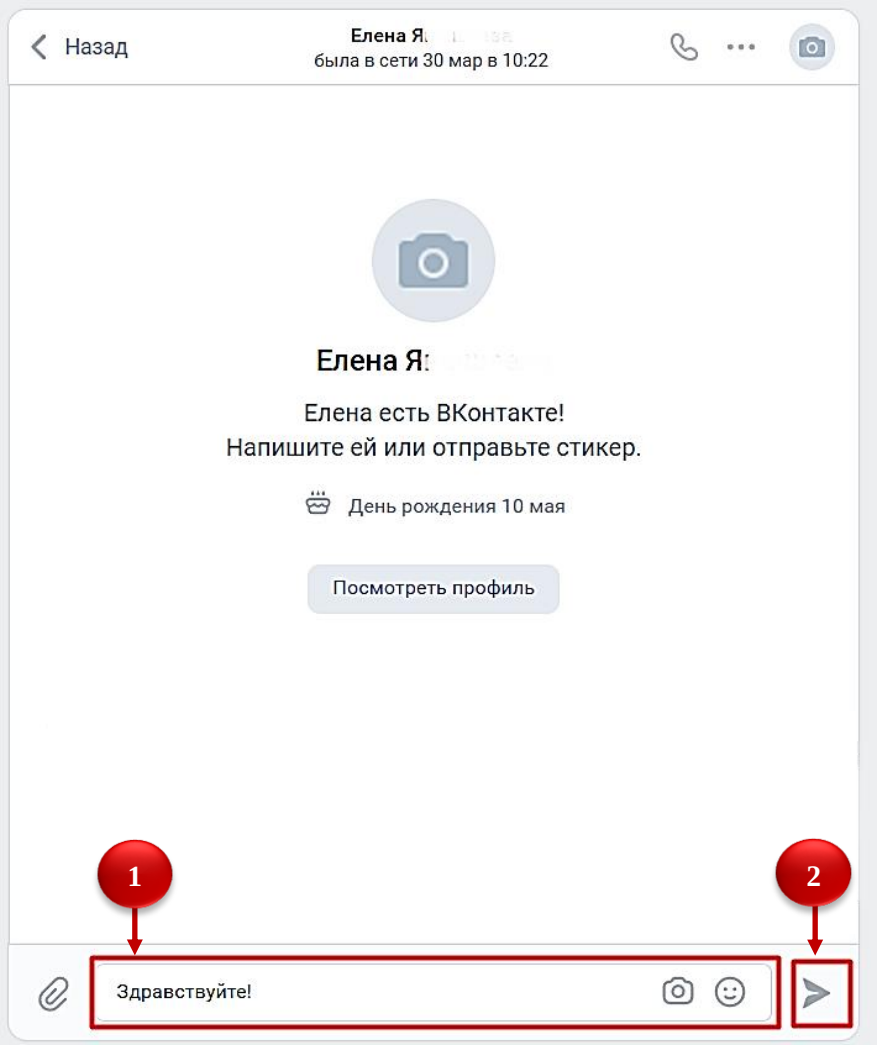


Рисунок 57. Отправка сообщения пользователю в социальной сети «ВКонтакте»

В разделе «Мессенджер» вы также можете создать чат, в котором в форме диалога можно общаться с другими пользователями сети одновременно. Диалог проходит в режиме реального времени. Пользователи социальной сети могут одновременно пользоваться несколькими чатами и вести в них несколько диалогов.

Для того, чтобы создать чат, в поле «Поиск» с изображенной пиктограммой в виде «лупы», введите имя или фамилию пользователя (1). Выберите нужного пользователя. Для этого нажмите на строку с его именем левой кнопкой мыши (2) (рис. 58).

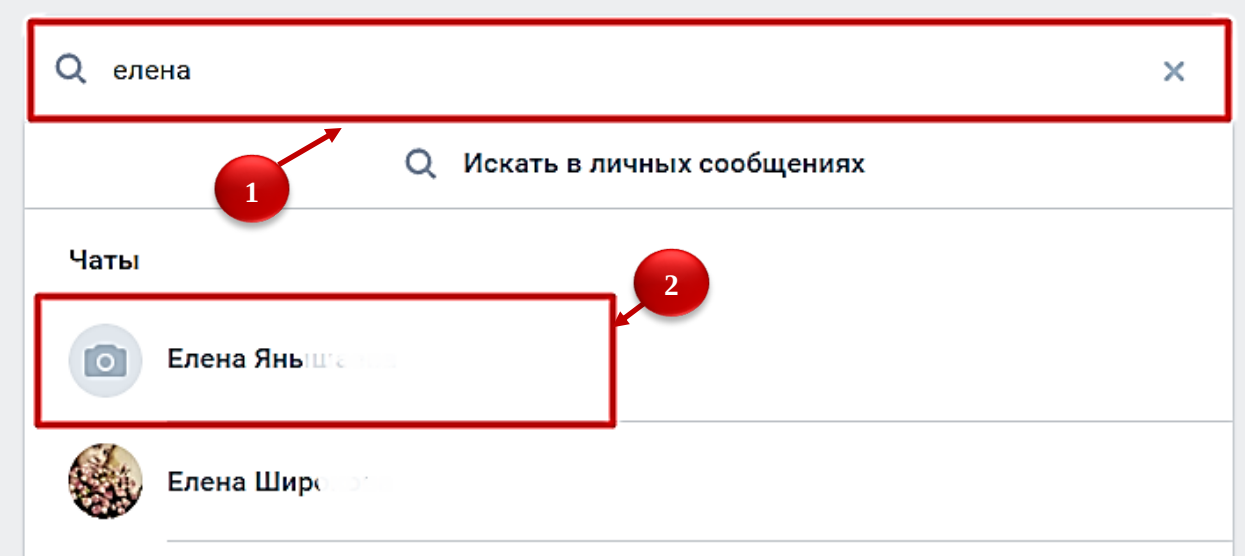


Рисунок 58. Создание чата

Нажмите кнопку, изображенную в виде «трех точек» (1) и в открывшемся окне нажмите на строку «Добавить в чат» (2) (рис. 59).

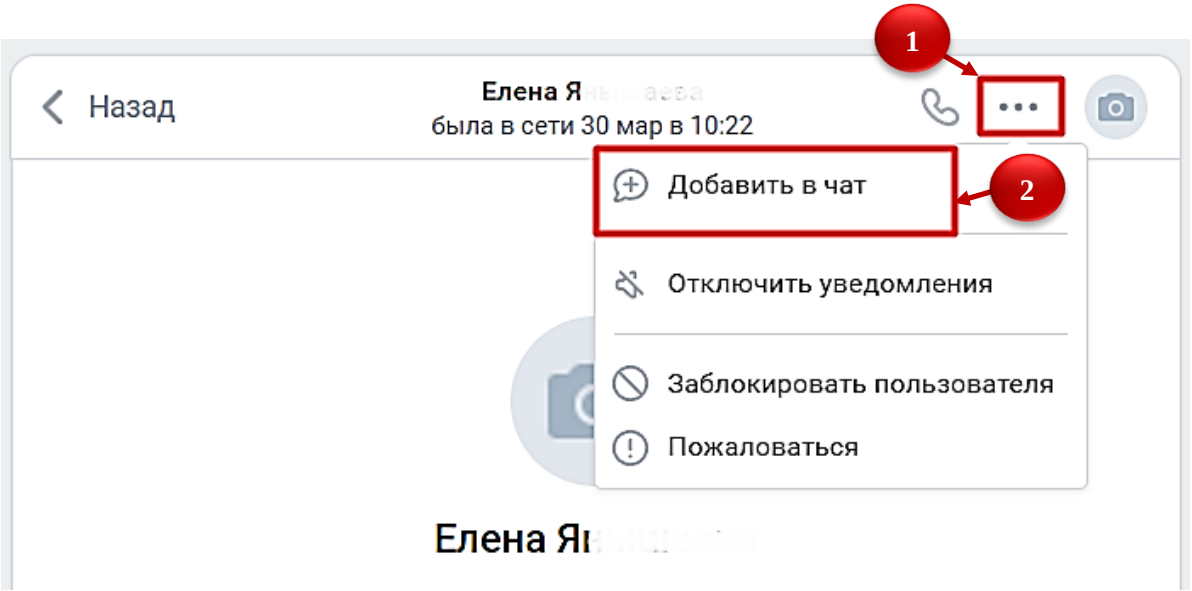


Рисунок 59. Создание чата

Нажмите на строку «Создать новый чат» как показано на рисунке 60.

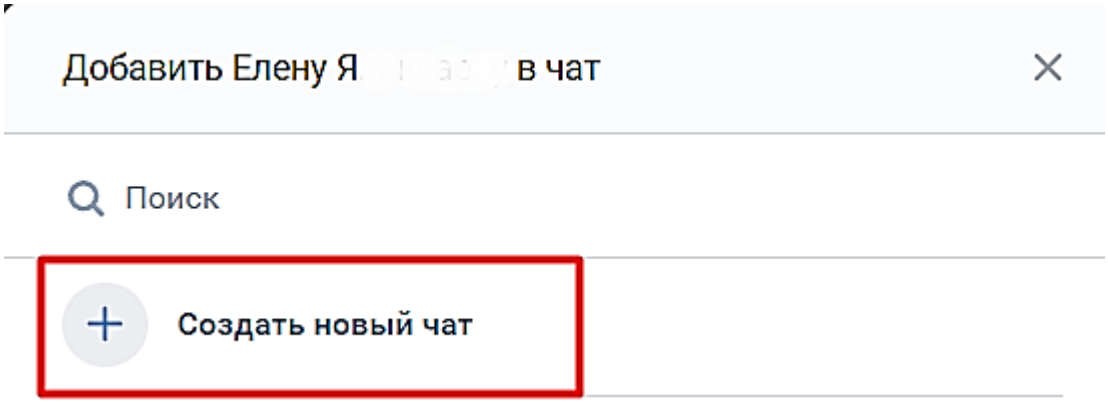


Рисунок 60. Создание чата

В открывшемся окне напишите название чата (1) и выберите пользователя, которого желаете или необходимо добавить в чат. Для этого установите галочку напротив имени пользователя (2) и нажмите кнопку «Создать чат» (3) (рис. 61).

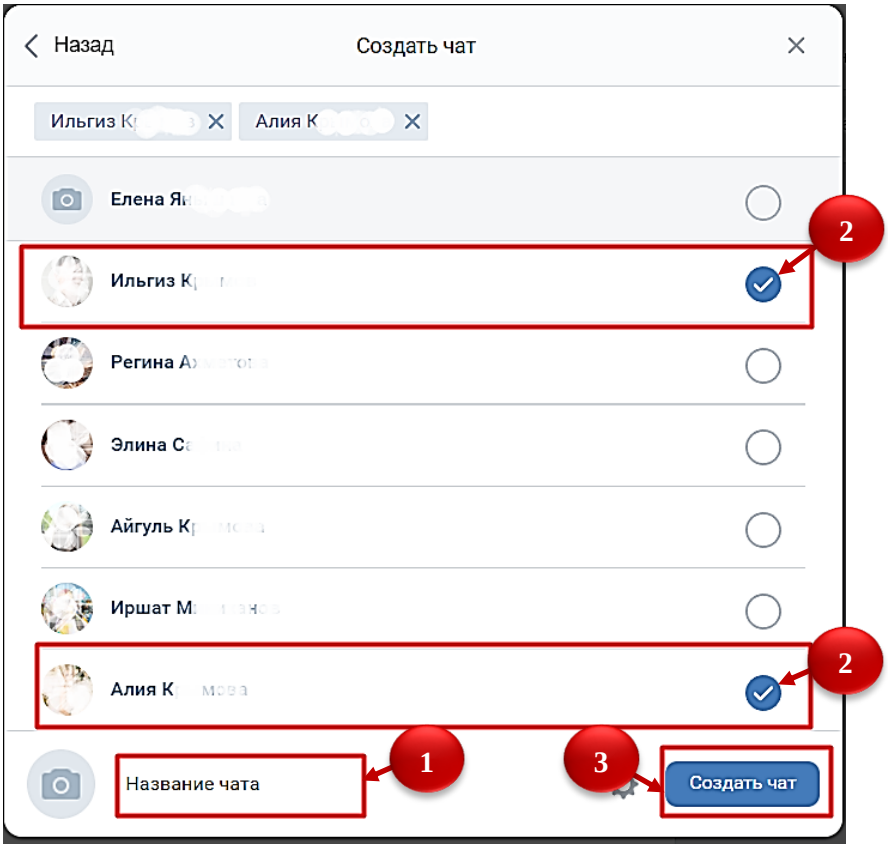


Рисунок 61. Создание чата

Чат создан (рис. 62).

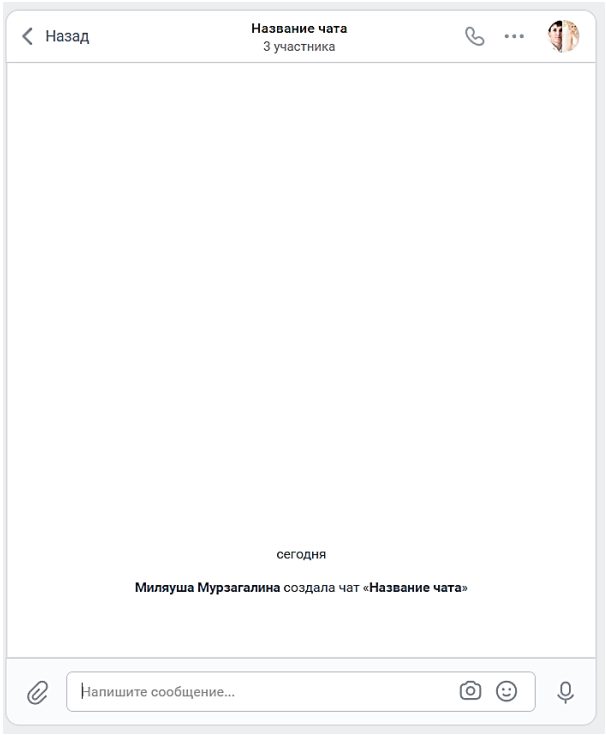


Рисунок 62. Создание чата

Для того, чтобы добавить других пользователей в чат, перейдите к созданному чату. Нажмите кнопку, изображенную в виде «трех точек» (1) и, в открывшемся окне, нажмите на строку «Добавить собеседников» (2) (рис. 63).

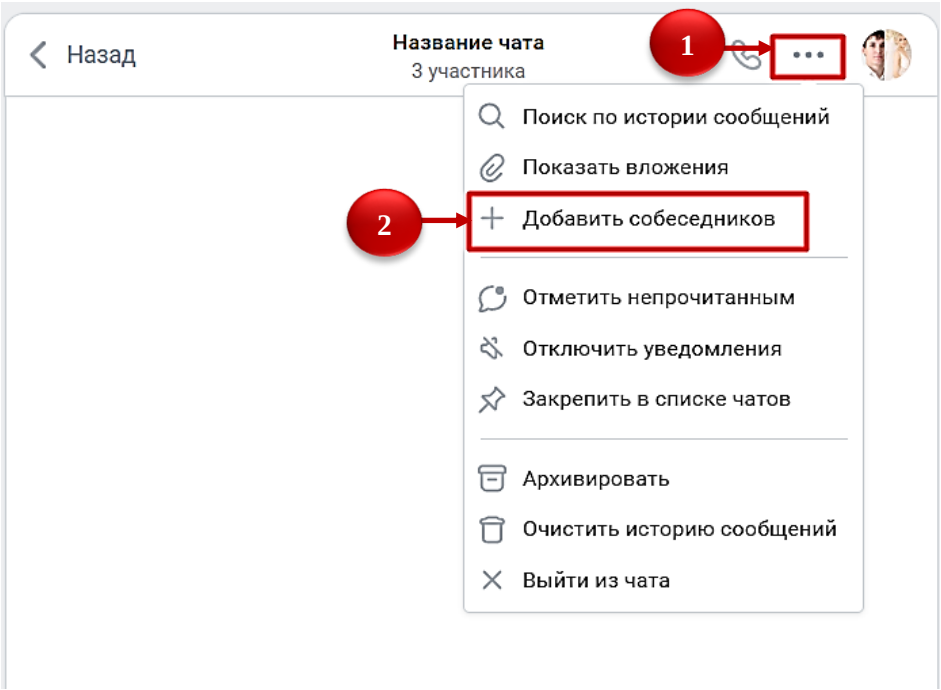


Рисунок 63. Добавление собеседников в чат

В открывшемся окне «Выбор собеседника» выберите пользователей, которых необходимо добавить в чат (1). Для этого установите галочку напротив имени пользователя и нажмите кнопку «Добавить собеседника» (2) (рис. 64).

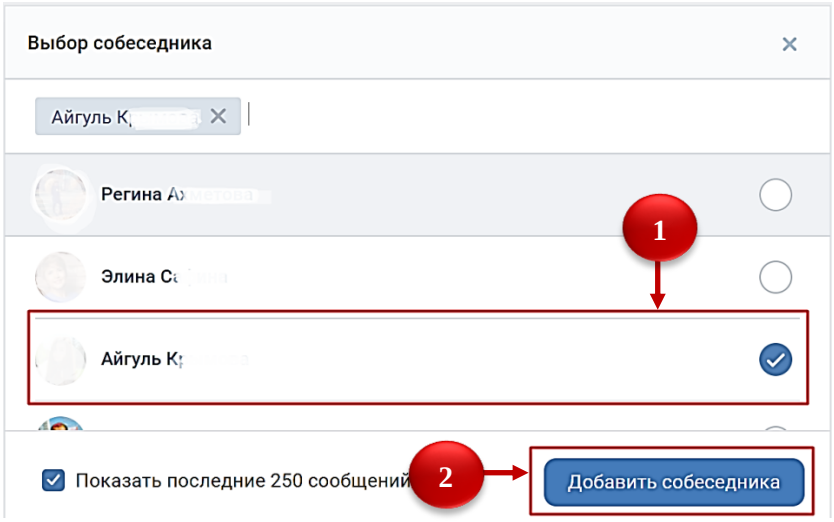


Рисунок 64. Добавление собеседников в чат

Также в разделе «Мессенджер» можно осуществлять отправку музыки, фотографий, видео или файлов как отдельному пользователю чата, так и нескольким. Алгоритм отправки музыки, фотографий, видео, файлов во всех случаях аналогичен. Рассмотрим, для примера, отправку фотографии в чат.

Для того, чтобы отправить фотографию в чат, перейдите в него и нажмите кнопку, изображенную в виде «скрепки» (рис. 65).

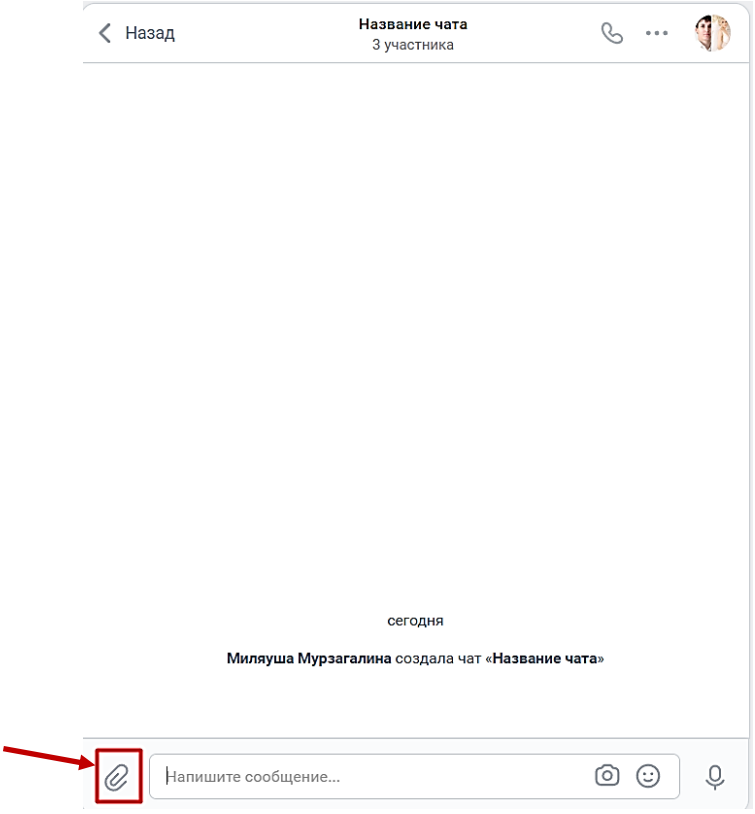


Рисунок 65. Отправление фотографии в чат

В открывшемся окне выберите строку «Фотография» (рис. 66).

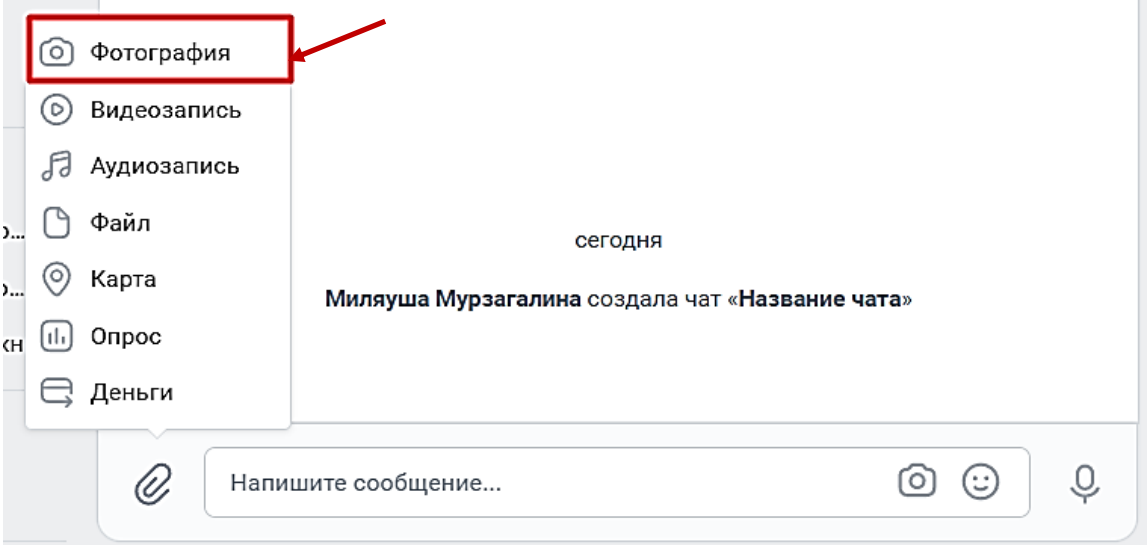


Рисунок 66. Отправление фотографии в чат

Нажмите кнопку «Загрузить фотографию» (рис. 67).

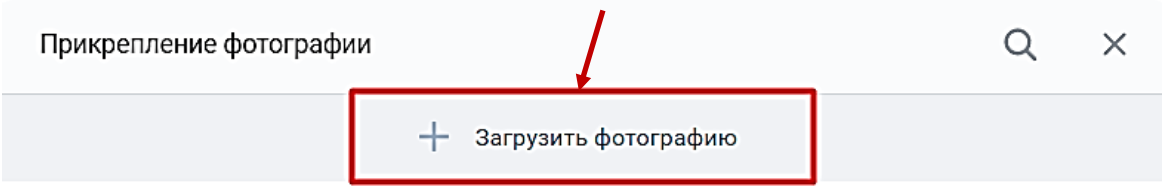


Рисунок 67. Отправление фотографии в чат

Выберите фотографию, которую необходимо отправить (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 68).

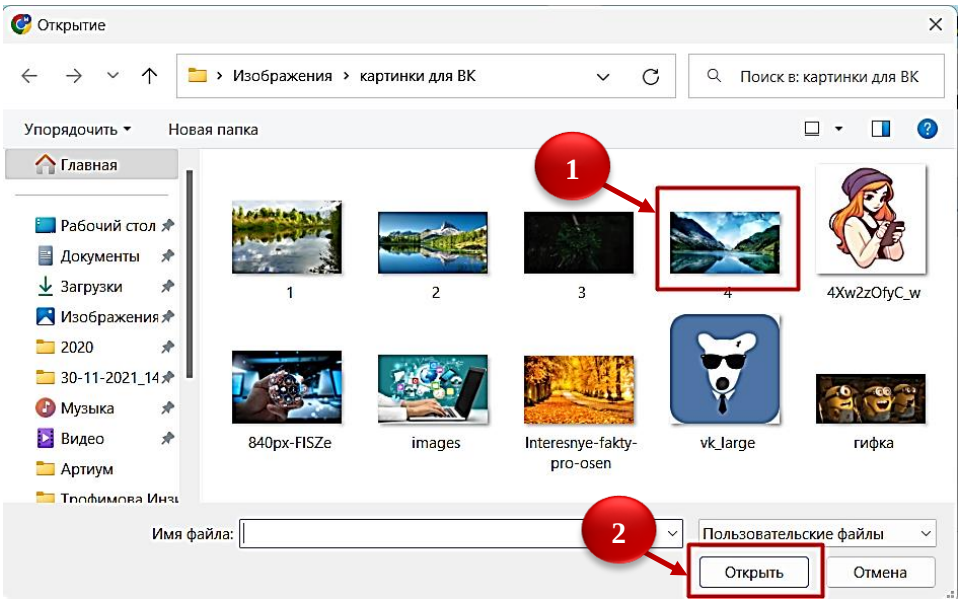


Рисунок 68. Отправление фотографии в чат

Для того, чтобы отправить фотографию в чат, нажмите кнопку, изображенную в виде «стрелки» (рис. 69).

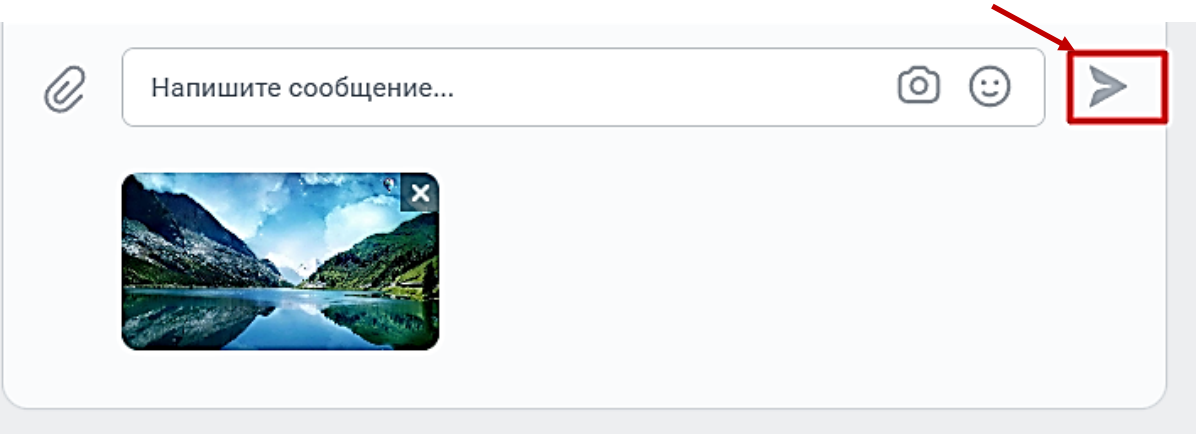


Рисунок 69. Отправление фотографии в чат

Раздел «Звонки». Позволяет осуществить аудио или видеозвонок пользователям в социальной сети «ВКонтакте». Пропущенные, завершённые и текущие звонки отображаются в истории звонков. В данном разделе существует возможность присоединения к видео-, аудио- звонкам, которые идут в реальном времени (рис. 70).

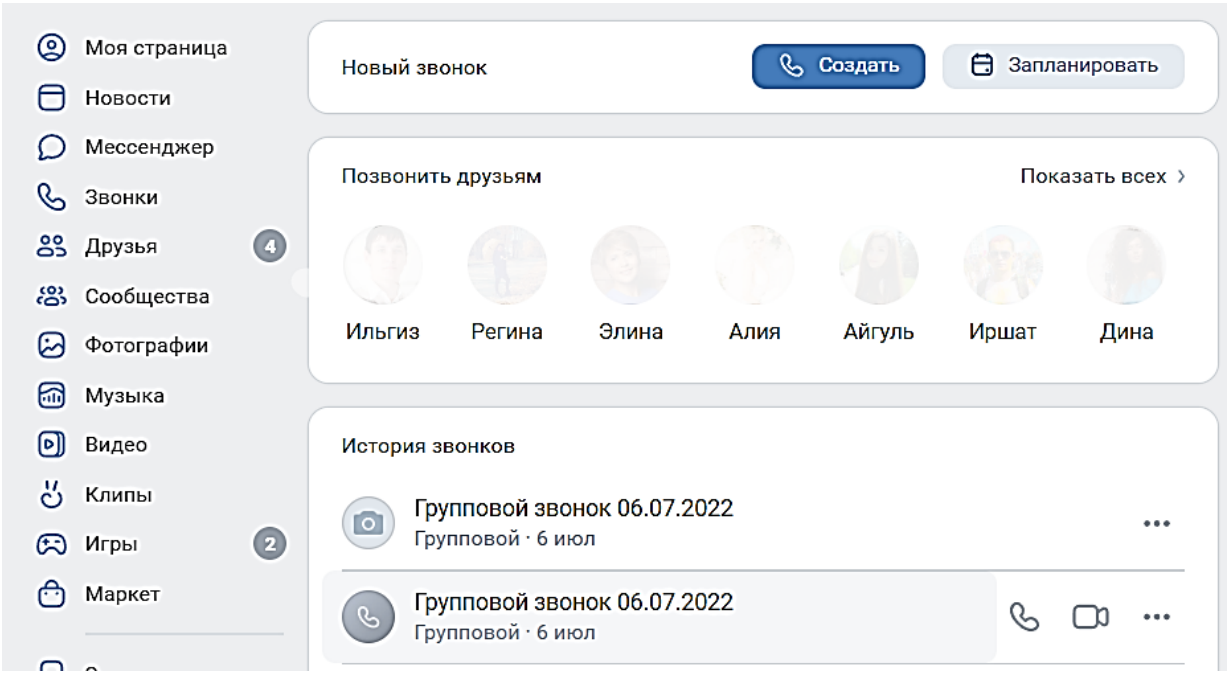


Рисунок 70. Раздел «Звонки»

Если требуется осуществить аудио или видеозвонок пользователям из списка контактов, необходимо перейти в раздел «Звонки» (1). Далее перейти во вкладку «Позвонить друзьям» (2). Для осуществления аудиозвонка нажмите кнопку, изображенную в виде «телефонной трубки». Для

осуществления видеозвонка нажмите кнопку, изображенную в виде «видеокамеры» (3) (рис. 71).

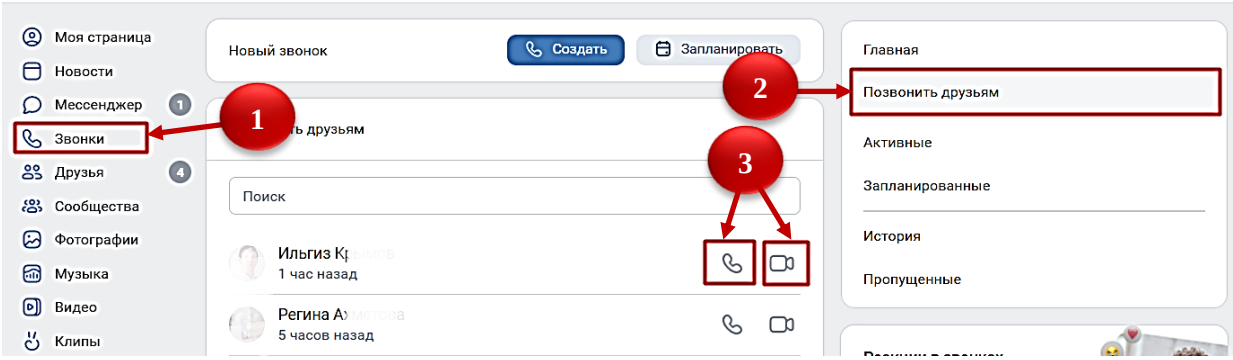


Рисунок 71. Осуществление звонка пользователям из списка контактов

Если требуется осуществить звонок пользователю, которого нет в списке ваших пользователей, это можно сделать, используя ссылку. Для этого нажмите кнопку «Создать» (рис. 72).

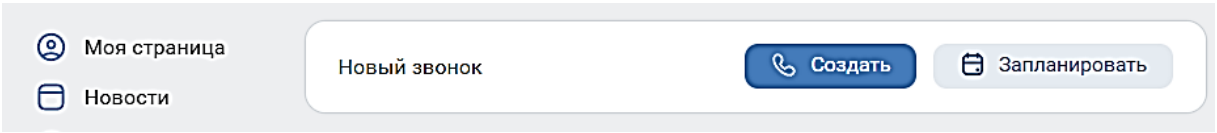


Рисунок 72. Создание звонка по ссылке

В открывшемся окне «Звонок по ссылке», нажмите кнопку «Начать звонок» (рис. 73)

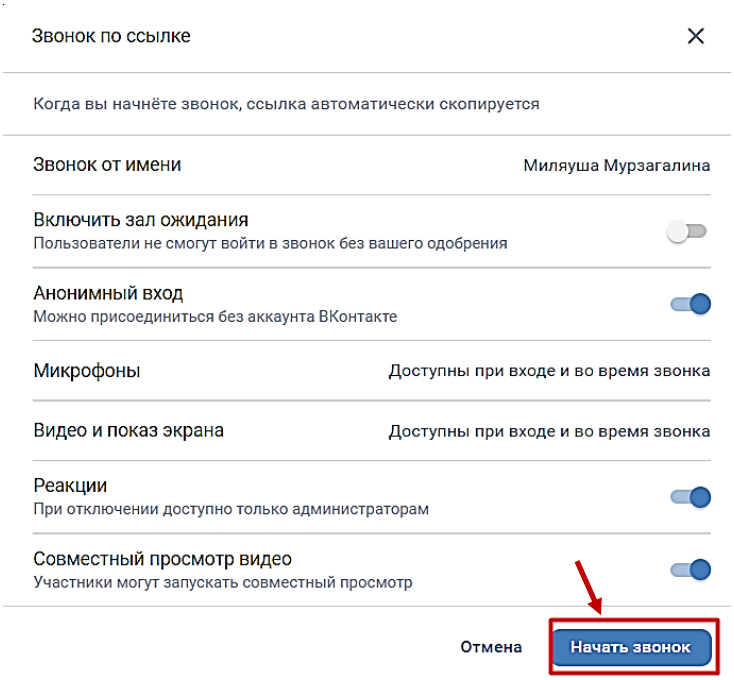


Рисунок 73. Создание звонка по ссылке

Далее, нажмите кнопку «Ссылка» (рис. 74)

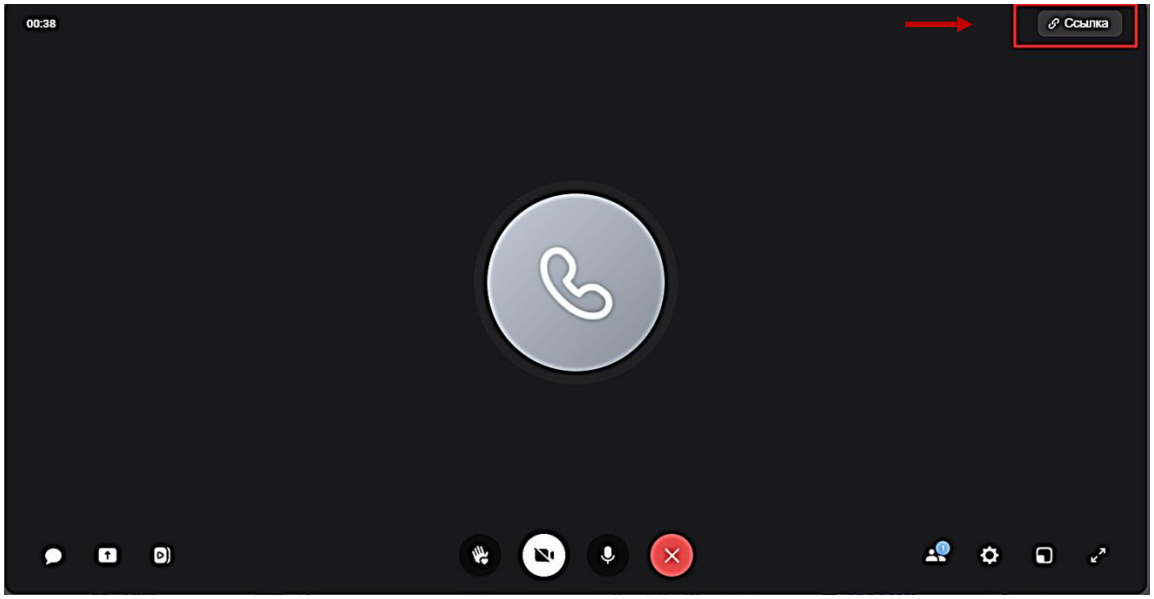


Рисунок 74. Создание звонка по ссылке

Следующим шагом нажмите кнопку «Скопировать». Ссылка на звонок скопирована. Отправьте данную ссылку в мессенджерах или на электронную почту тем пользователям, которым необходимо подключиться к звонку (рис. 75).

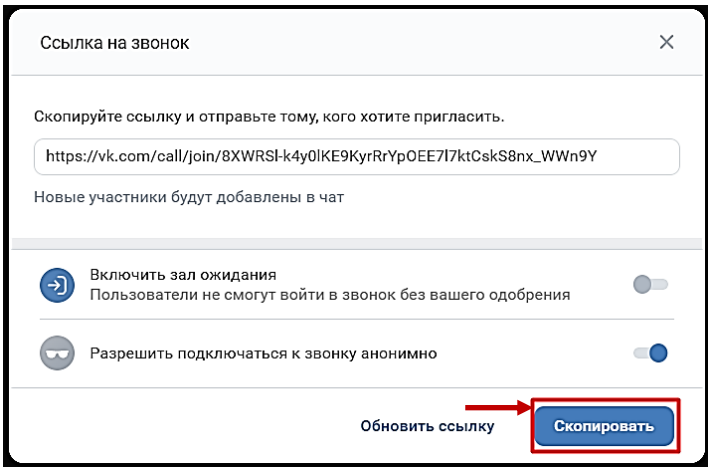


Рисунок 75. Создание звонка по ссылке

Также «ВКонтакте» предоставляет возможность создания запланированного звонка. Для этого войдите в раздел «Звонки» и нажмите кнопку «Запланировать» (рис. 76).

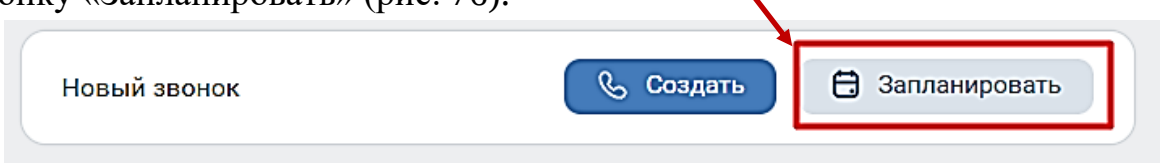


Рисунок 76. Создание запланированного звонка

В открывшемся окне, в поле «Название» напишите название запланированного звонка. Установите дату начала и окончания звонка и нажмите кнопку «Запланировать» (рис. 77)

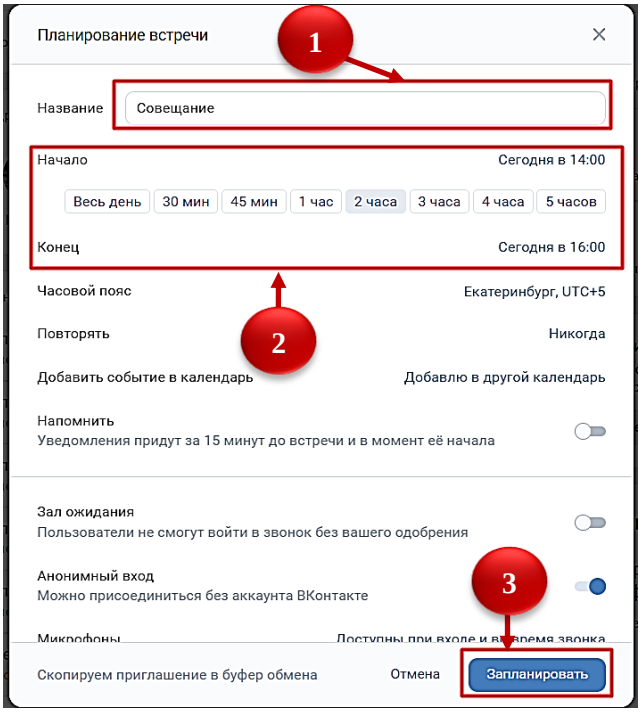


Рисунок 77. Создание запланированного звонка

Выберите нужный вариант отправки информации о вашем запланированном звонке пользователям (рис. 78).

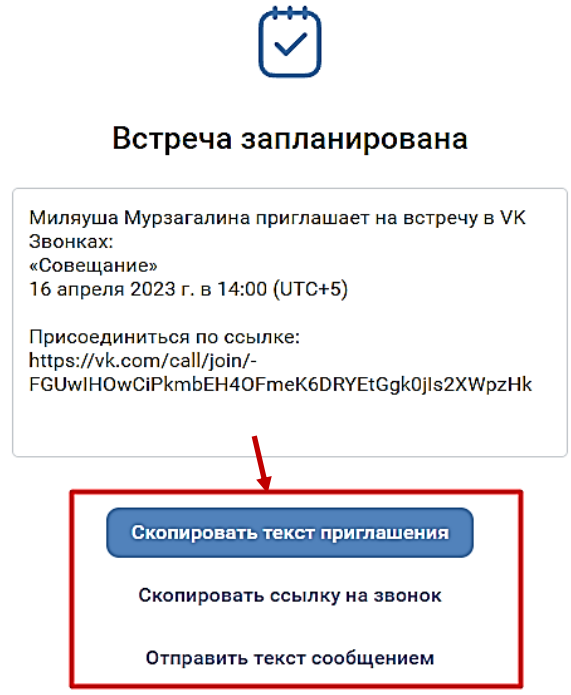


Рисунок 78. Создание запланированного звонка

Раздел «Друзья». В данном разделе можно принимать новые заявки пользователей, искать друзей и добавлять их в список своих контактов. В разделе также может отображаться день рождения пользователя, если он его указал. Вы можете отправить подарок-открытку данному пользователю в день его рождения (рис. 79).

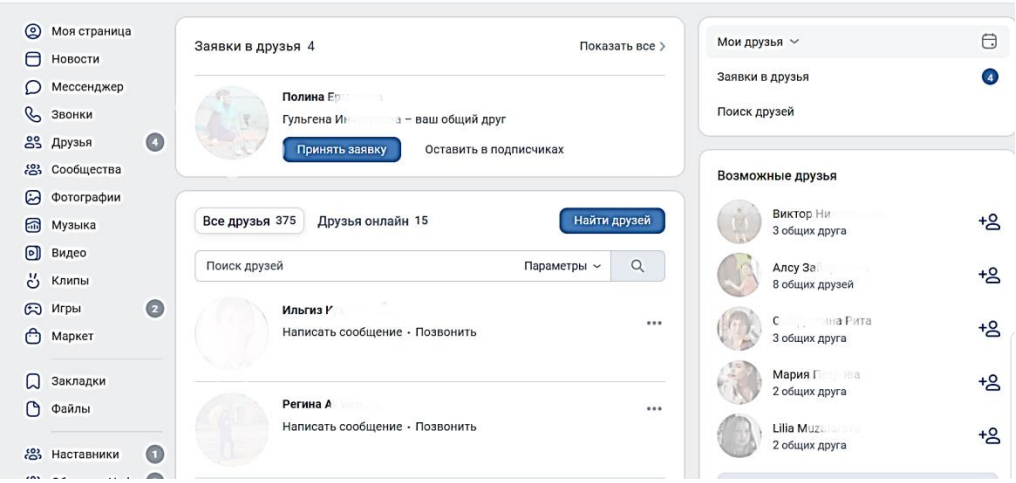


Рисунок 79. Раздел «Друзья»

Для добавления пользователей в список своих друзей в разделе «Друзья» в поле «Поиск» введите имя и/или фамилию желаемого пользователя (1) и нажмите кнопку, изображенную в виде «лупы» (2). После чего, в открывшемся списке, выберите необходимого пользователя и нажмите кнопку «Добавить в друзья». Выбранный пользователь получит уведомление о том, что вы хотите добавить его в список друзей (3) (рис. 80)

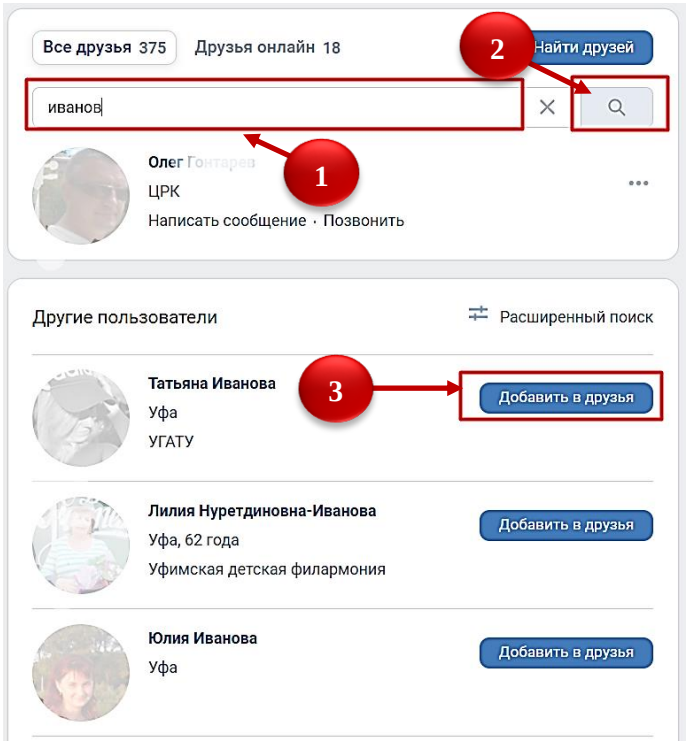


Рисунок 80. Добавление пользователя в список друзей

Для удаления пользователя из списка друзей, необходимо перейти в раздел «Друзья». Нажмите кнопку, изображенную в виде «трех точек» напротив пользователя, которого требуется удалить (1). Из открывшегося окна выберите строку «Удалить из друзей» (2) (рис. 81).

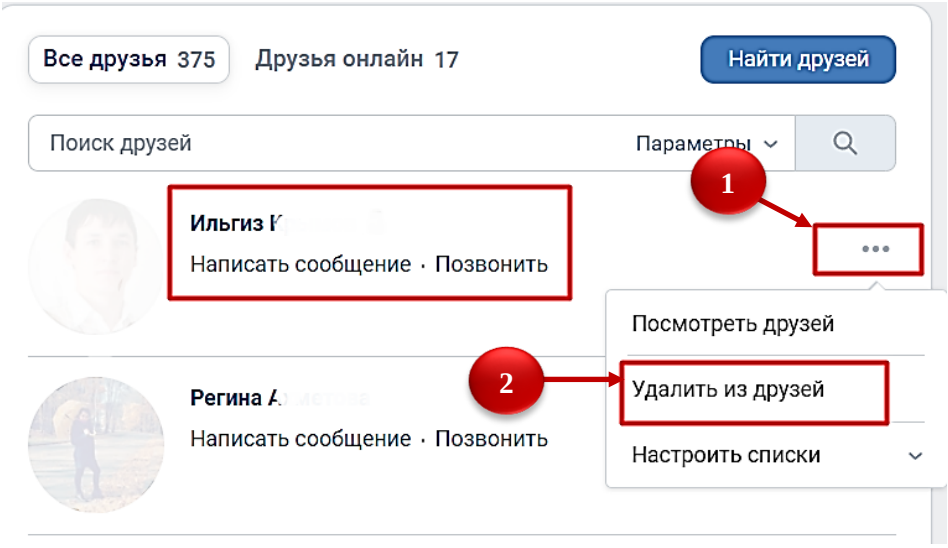


Рисунок 81. Удаление пользователя из списка друзей

Раздел «Сообщества». Сообщество – это группа людей, являющихся пользователями одной и той же социальной сети, объединенных схожими взглядами, идеями, интересами, а также общими событиями (рис. 82).

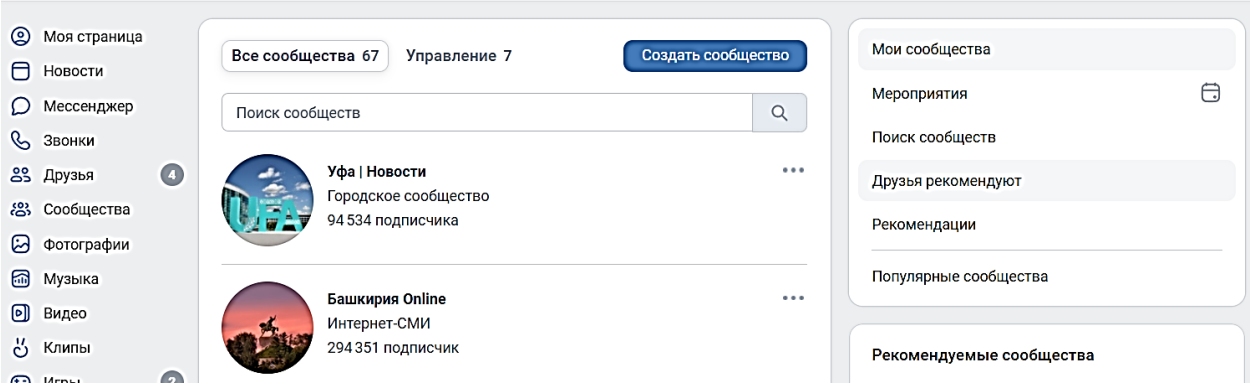


Рисунок 82. Раздел «Сообщества»

В разделе «Сообщества» вы можете найти группы по своим интересам. Для этого необходимо в поле «Поиск сообществ» набрать название сообщества, которое вам интересно (1) и нажать кнопку, изображенную в виде «лупы» для его поиска (2). В списке сообществ выберите нужное и нажмите кнопку «Подписаться» (3) (рис. 83). Теперь в вашем разделе «Новости» будет отображаться публикуемая информация из данного сообщества.

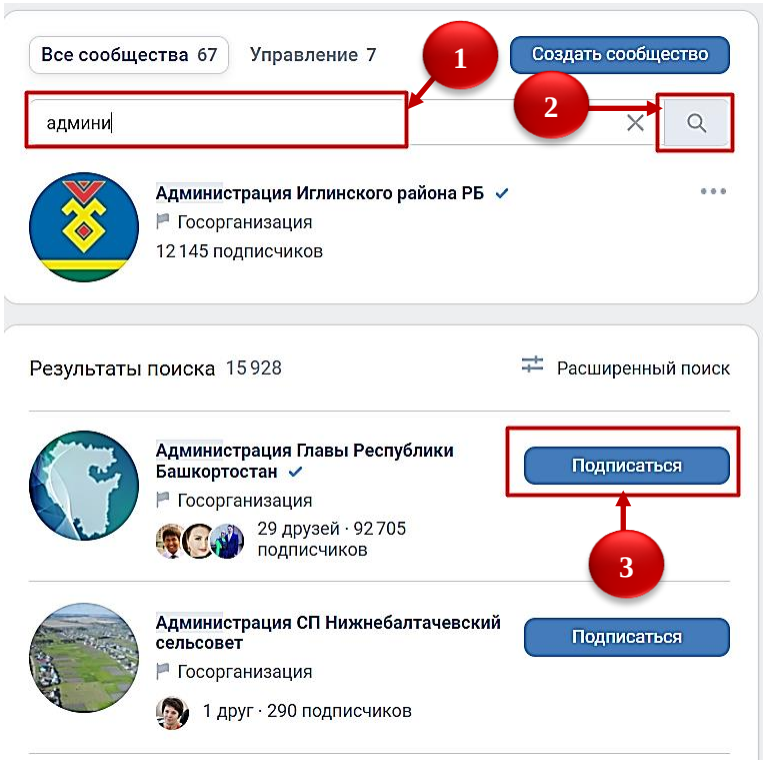


Рисунок 83. Подписка на новое сообщество

Раздел «Фотографии». В данном разделе можно добавлять и удалять фотографии и альбомы, перемещать фото, комментировать их и т.д. (рис. 84)

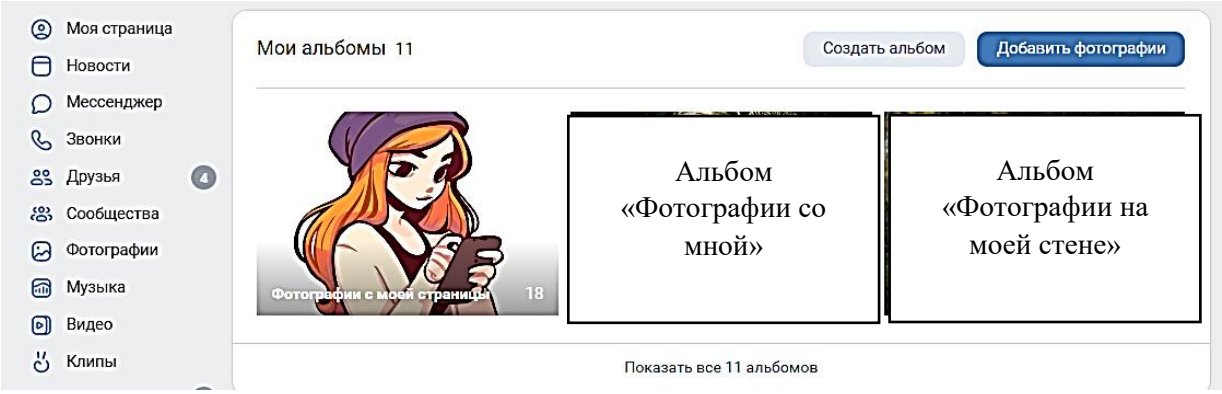


Рисунок 84. Раздел «Фотографии»

Чтобы добавить фотографию в раздел нажмите кнопку «Добавить фотографии» (рис. 85).

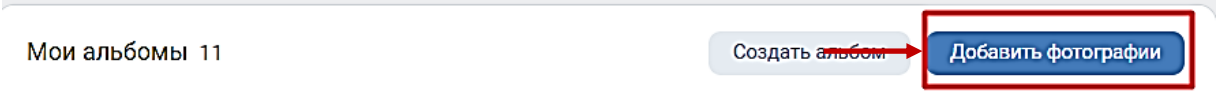


Рисунок 85. Добавление фотографии

Далее выберите на цифровом устройстве нужный файл с фотографией (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 86).

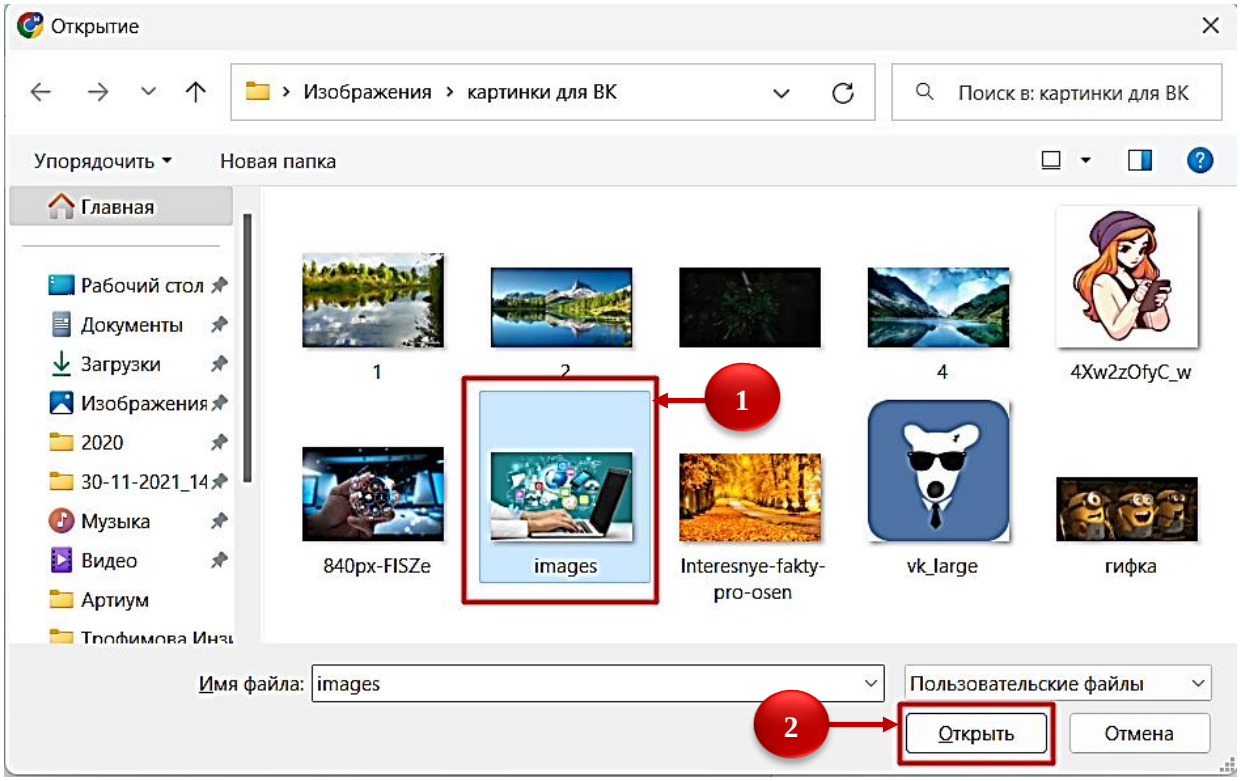


Рисунок 86. Добавление фотографии

Далее нажмите кнопку «Опубликовать на моей странице» для размещения фотографии на стене вашего профиля (1). Для добавления фотографии в созданный альбом нажмите кнопку «Добавить в альбом» (2) (рис. 87)



Рисунок 87. Добавление фотографии

Вы также можете создать новый альбом с фото. Для этого перейдите в раздел «Фотографии» и в правом верхнем углу нажмите кнопку «Создать альбом» (рис. 88).

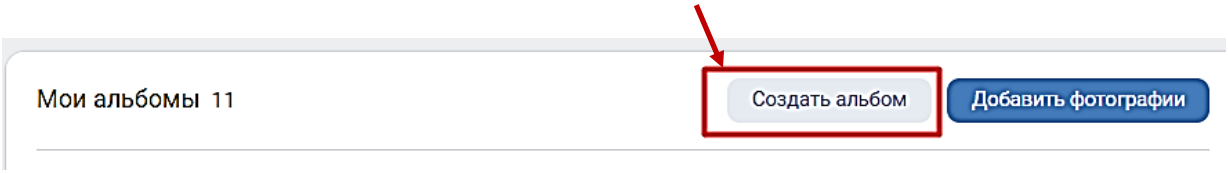


Рисунок 88. Создание альбома

В открывшемся окне «Создать альбом» впишите название своего альбома (1). Также вы можете разместить описание альбома (2) и выбрать необходимые настройки его приватности, например, просмотра и комментирования фотографий альбома (3). Нажмите кнопку «Создать альбом» (4) (рис. 89).

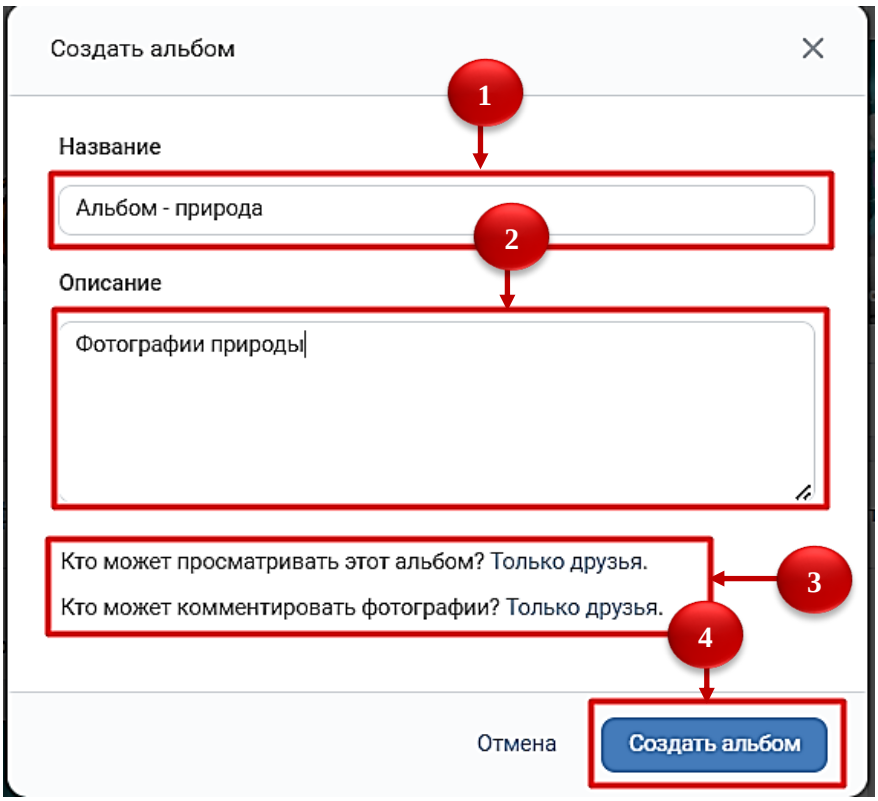


Рисунок 89. Создание альбома

Для добавления фотографий в созданный альбом нажмите кнопку «Добавить фотографии» (рис. 90).

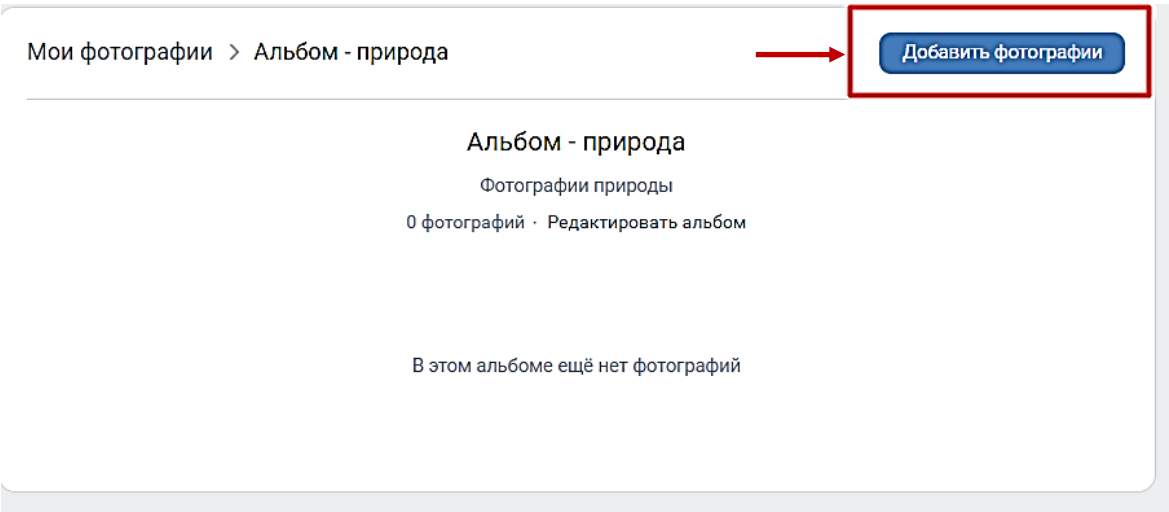


Рисунок 90. Добавление фотографий в альбом

В открывшемся окне выберите из вашего цифрового устройства нужные фотографии. Для выбора и загрузки нескольких фотографий одновременно, зажмите кнопку «Ctrl» на клавиатуре и нажимайте по фотографии левой кнопкой мыши (1). Далее, нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 91).

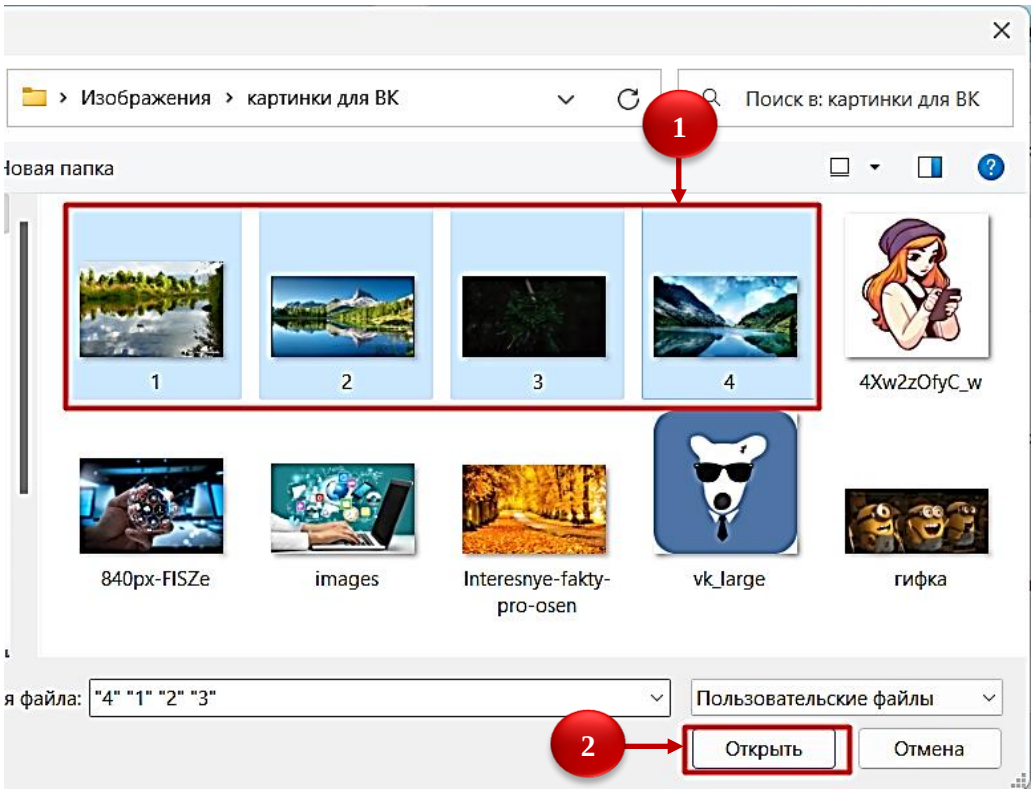


Рисунок 91. Добавление фотографий в альбом

Вы можете дать описание каждой фотографии. Для этого внизу фотографии в поле «Добавьте описание» введите текст описания. Для загрузки фотографий в альбом нажмите кнопку «Добавить фотографии» (рис. 92).

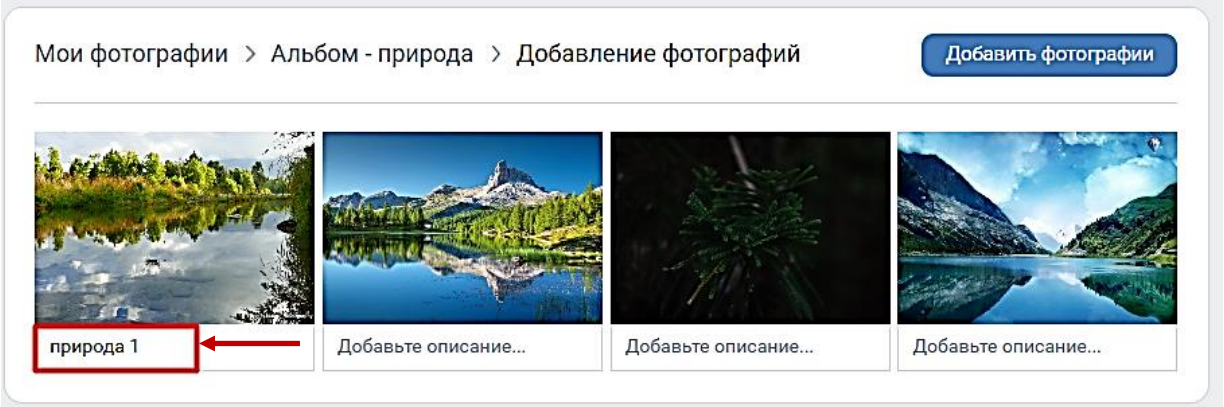


Рисунок 92. Добавление фотографий в альбом

Для того, чтобы удалить альбом перейдите к нему в разделе «Фотографии» (рис. 93).



Рисунок 93. Удаление альбома

Нажмите на строку «Редактировать альбом» (рис. 94).

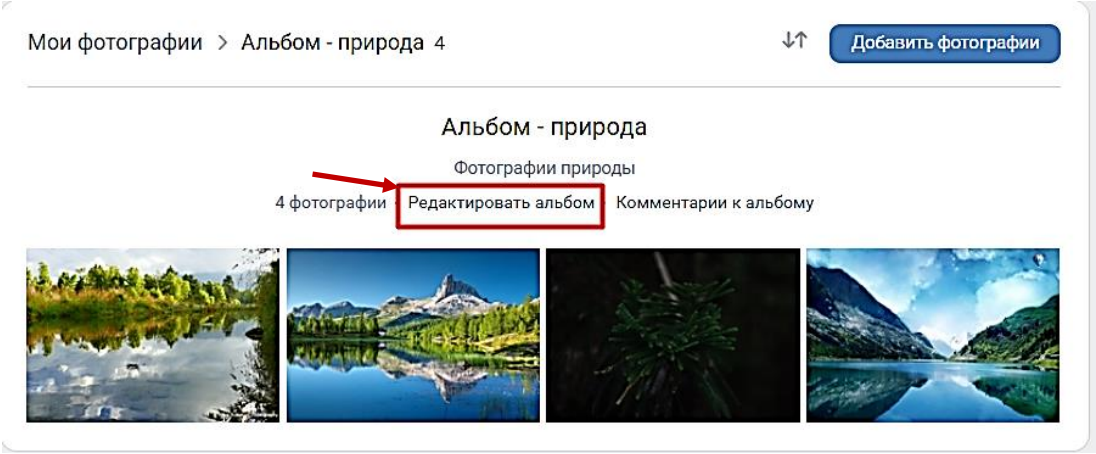


Рисунок 94. Удаление альбома

В открывшемся окне нажмите кнопку «Удалить альбом» (рис. 95).

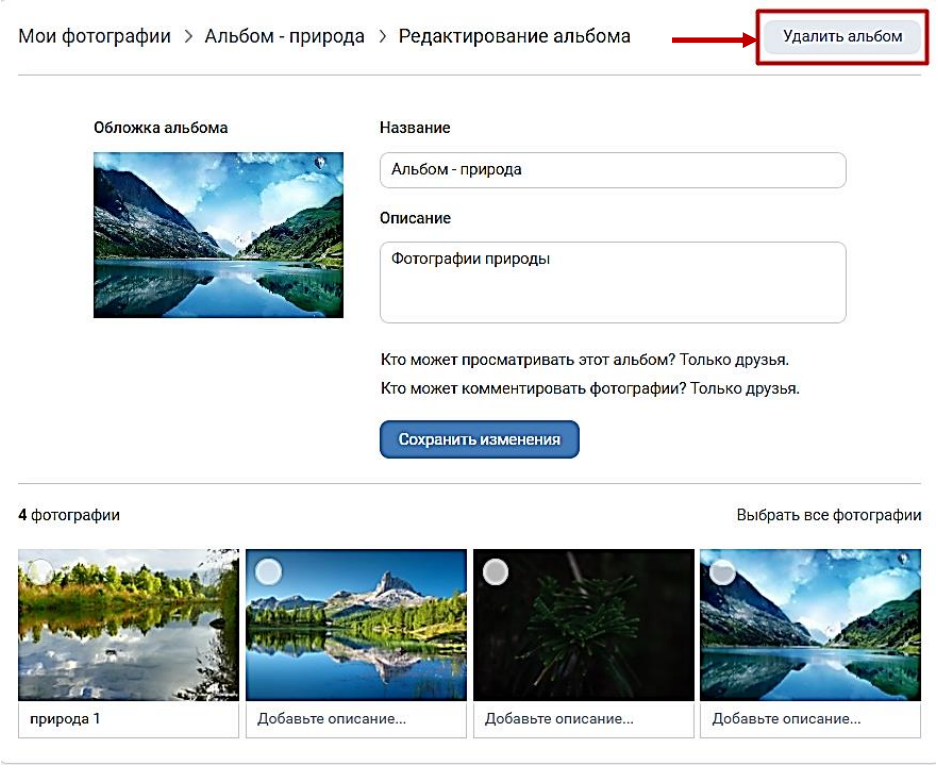


Рисунок 95. Удаление альбома

Раздел «Музыка». Предоставляет возможность поиска, добавления и удаления музыки в ваш профиль (рис. 96).

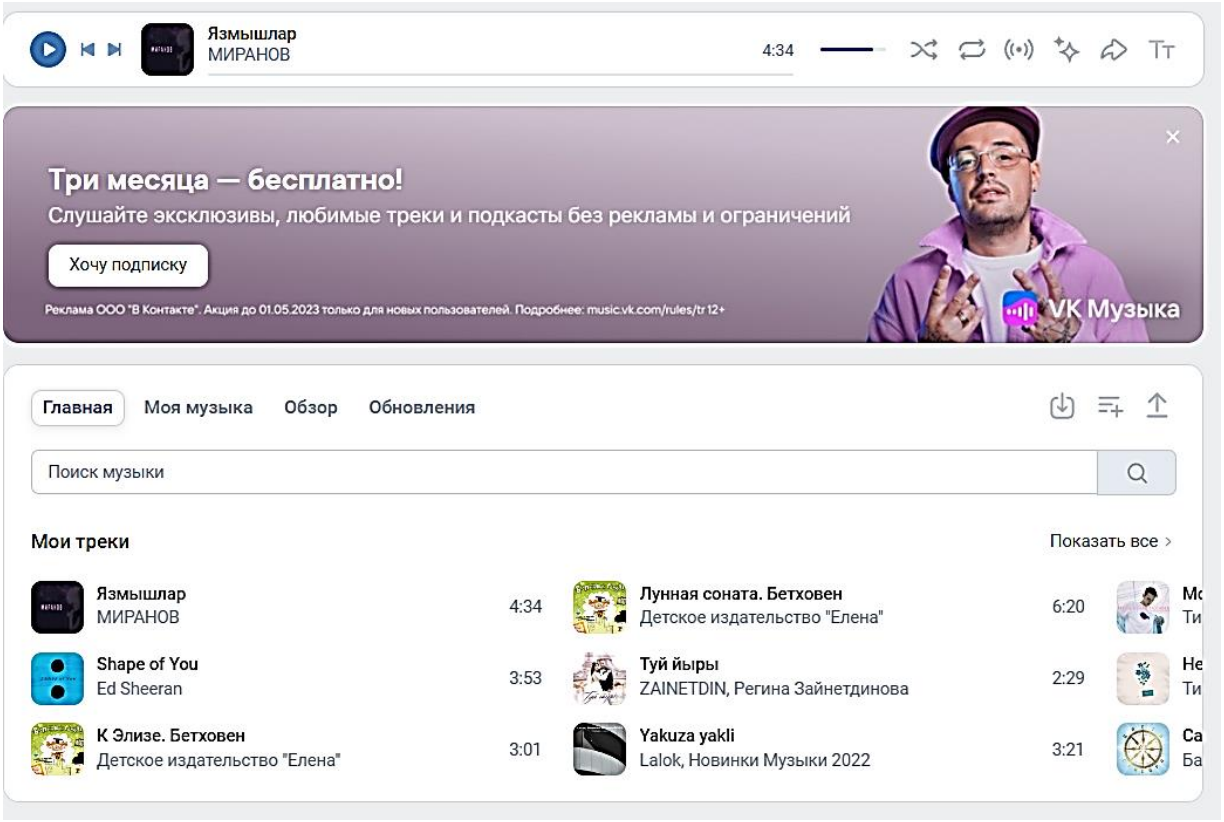


Рисунок 96. Раздел «Музыка»

Для поиска нужной аудиозаписи в поле «Поиск музыки» введите название аудиозаписи (1) и нажмите кнопку, изображенную в виде «лупы» (2). Поиск указанной аудиозаписи осуществляется по альбомам, плейлистам и аудиозаписям. Перейдите в раздел «все аудиозаписи» и нажмите на строку «Показать все» (3) (рис. 97).

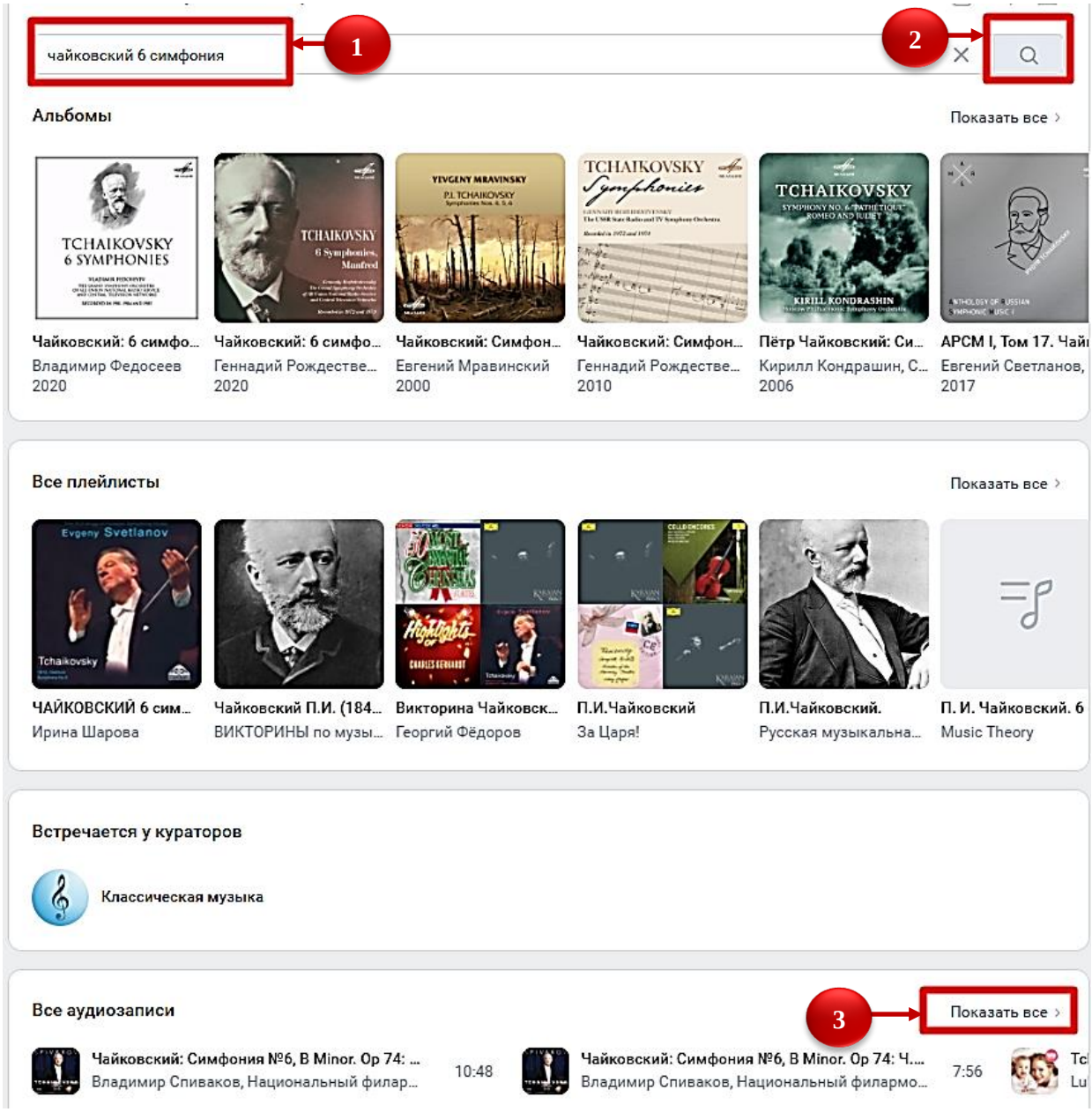


Рисунок 97. Добавление аудиозаписи

Из открывшегося списка выберите необходимую аудиозапись (1) и нажмите кнопку, изображенную в виде «плюса» (2) (рис. 98). Выбранная вами аудиозапись сохранится в вашем списке аудиозаписей.

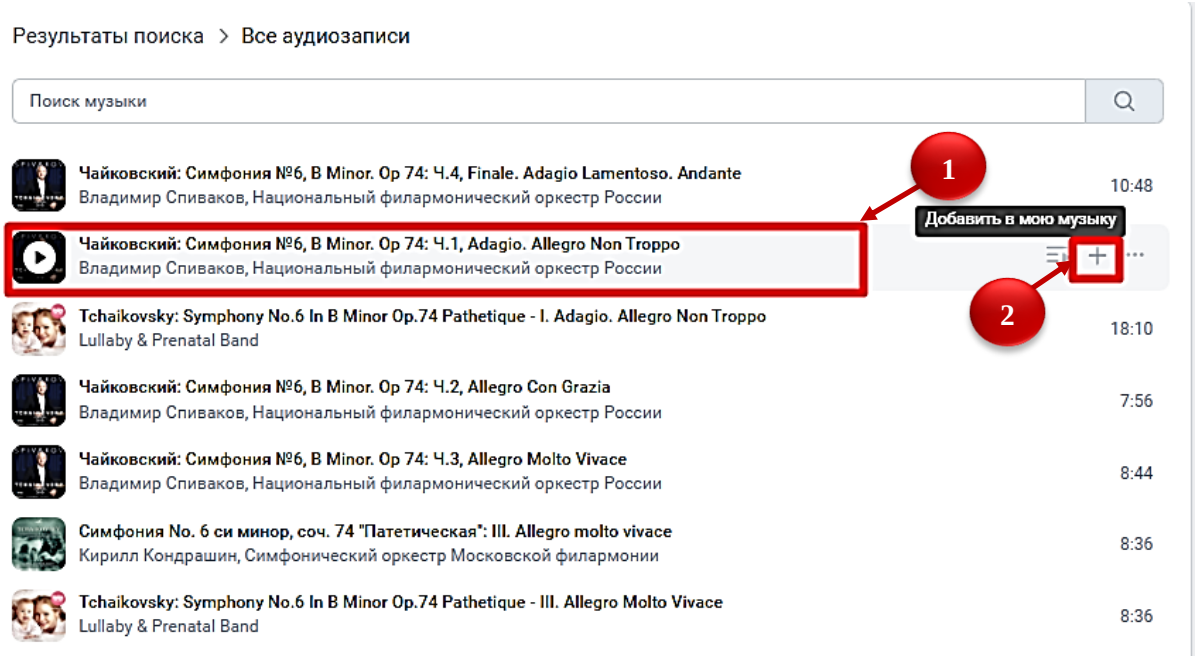


Рисунок 98. Добавление аудиозаписи

Для того, чтобы удалить аудиозапись перейдите во вкладку «Моя музыка» (1). Выберите аудиозапись, которую необходимо удалить. Нажмите кнопку, изображенную в виде «крестика» (2) (рис. 99).

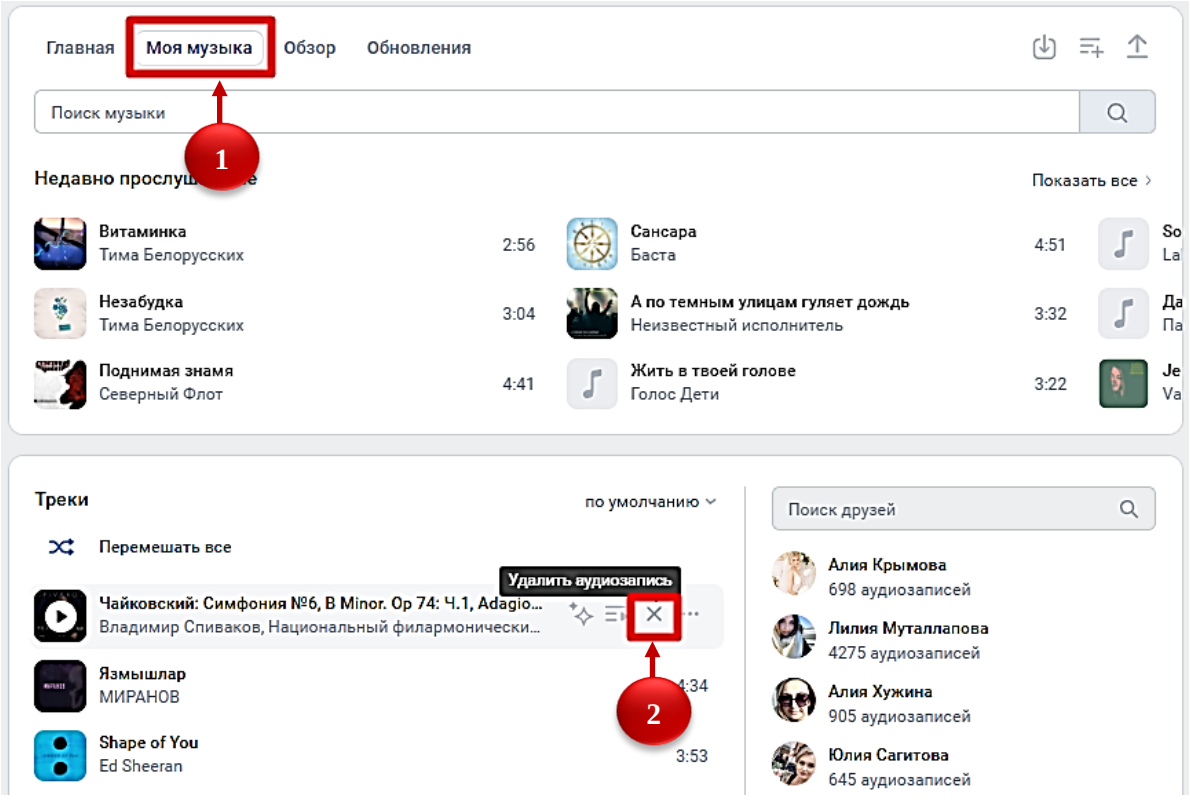


Рисунок 99. Удаление аудиозаписи

Раздел «Видео». Предоставляет возможность просматривать и добавлять видеоролики в ваш профиль (рис. 100).

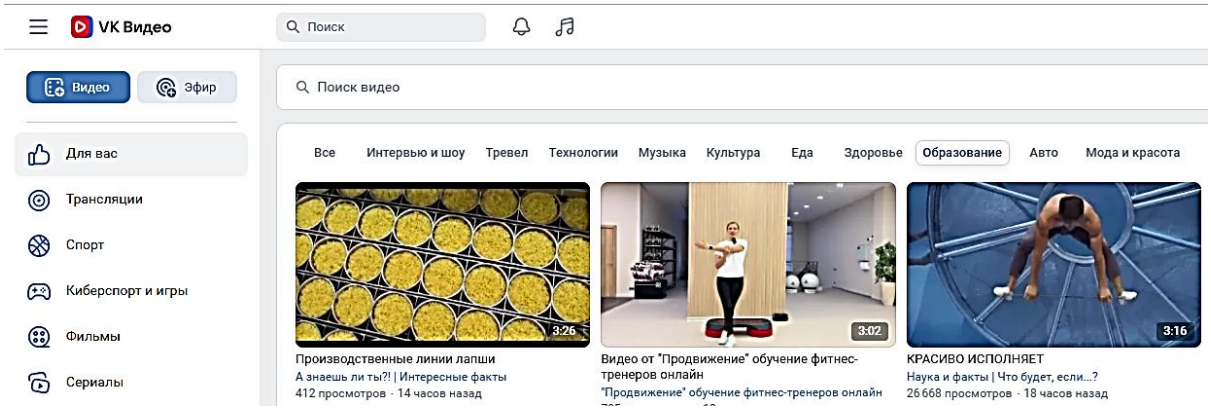


Рисунок 100. Раздел «Видео»

Для добавления видеоролика в поле «Поиск видео» введите название видеоролика (рис. 101).

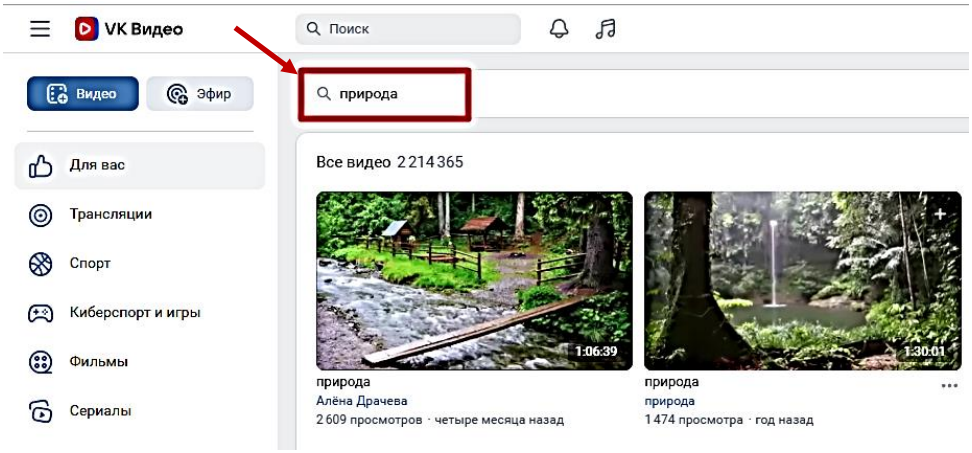


Рисунок 101. Добавление видеоролика

Из открывшегося списка видеозаписей выберите необходимый видеоролик и нажмите кнопку, изображенную в виде знака «плюс» (рис. 102). Выбранный вами видеоролик сохранится в вашем списке видеороликов.

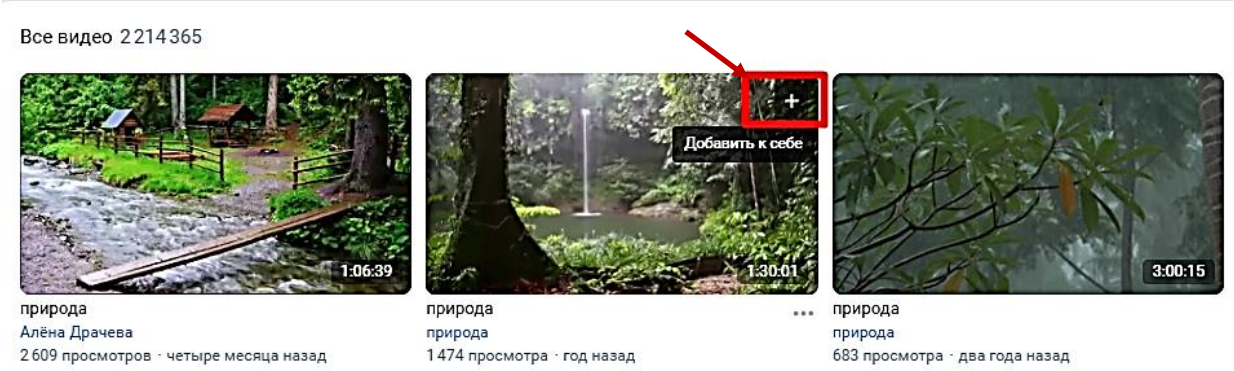


Рисунок 102. Добавление видеоролика

Для того, чтобы удалить видеоролик из вашего профиля перейдите во вкладку «Мои видео» (1). Выберите нужный видеоролик и нажмите кнопку, изображенную в виде «крестика» (2) (рис. 103).

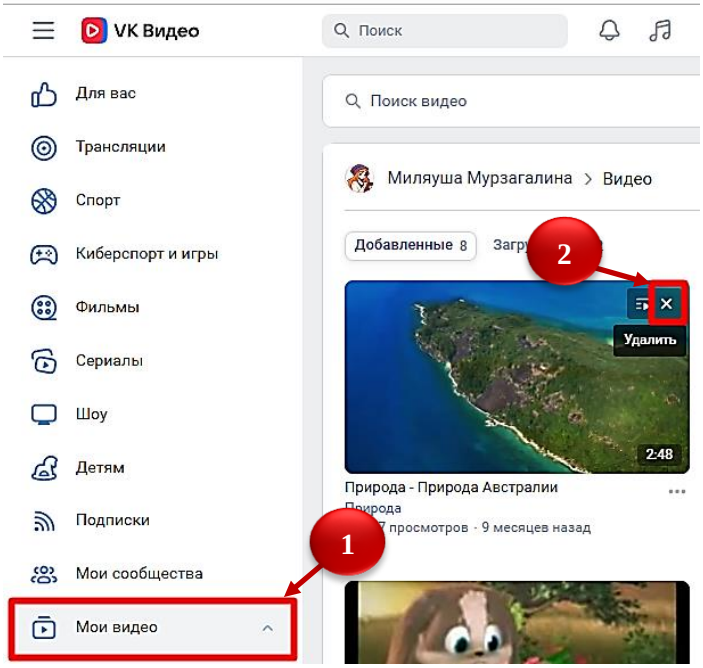


Рисунок 103. Добавление видеоролика

Раздел «Клипы». Представлен короткими вертикальными видео продолжительностью от 3 секунд до 3 минут на различные темы: от развлечений до образования (рис. 104). В отличие от историй они остаются в профиле навсегда.

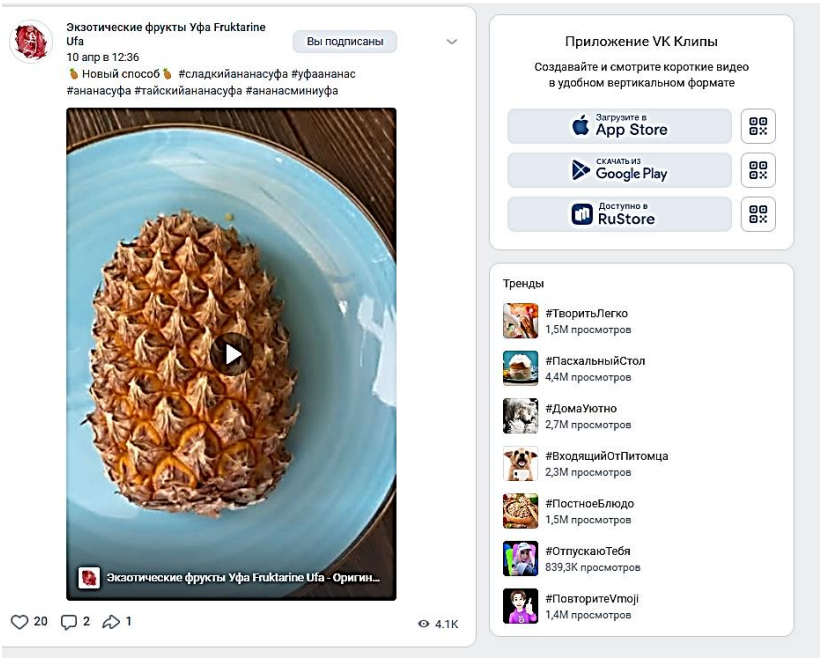


Рисунок 104. Раздел «Клипы»

Для того, чтобы загрузить ваш клип нажмите кнопку «Опубликовать» (рис. 105).

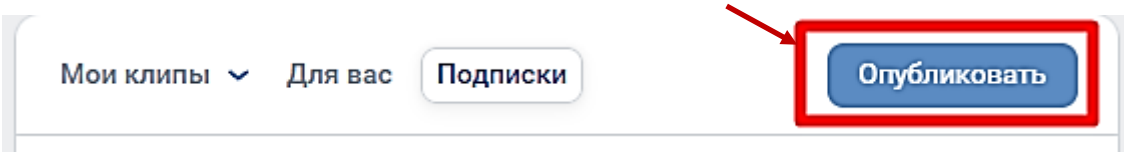


Рисунок 105. Публикация клипа

В открывшемся окне нажмите кнопку «Выбрать файл» (рис. 106).

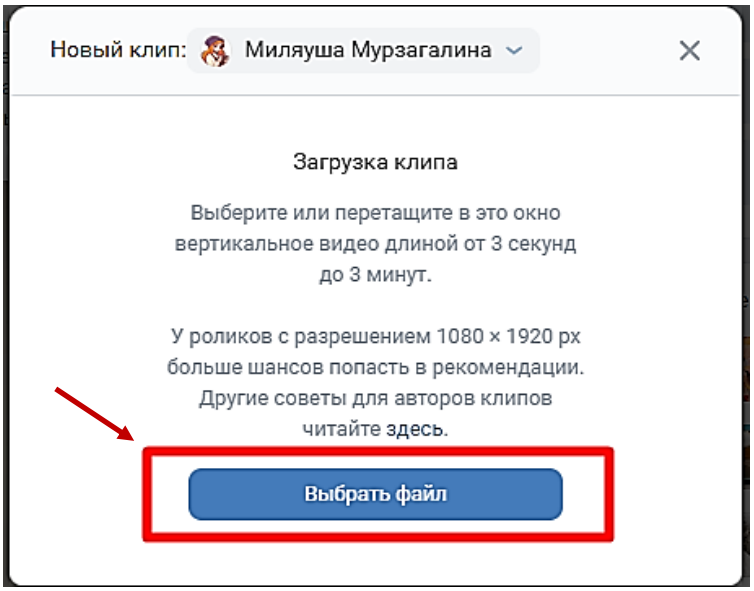


Рисунок 106. Публикация клипа

Выберите необходимый видеоролик на вашем цифровом устройстве (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 107).

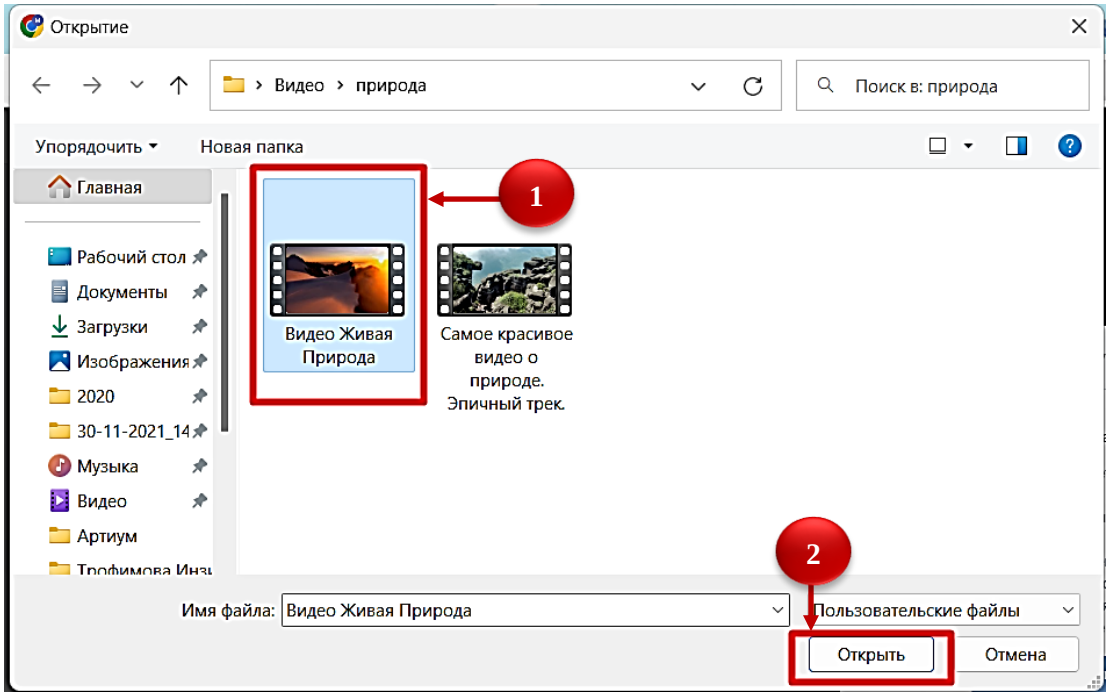


Рисунок 107. Публикация клипа

В открывшемся окне в поле «Описание» укажите описание к вашему клипу (1). Далее в разделе «Обложка» выберите необходимую обложку (2). В разделе «Настройки» отметьте галочками необходимые параметры (3). Выберите необходимые настройки приватности: определите список тех, кто может просматривать ваш клип (4). После осуществления всех настроек нажмите кнопку «Опубликовать» (5) (рис. 108). Не забывайте соблюдать авторские и смежные права при публикации клипов.

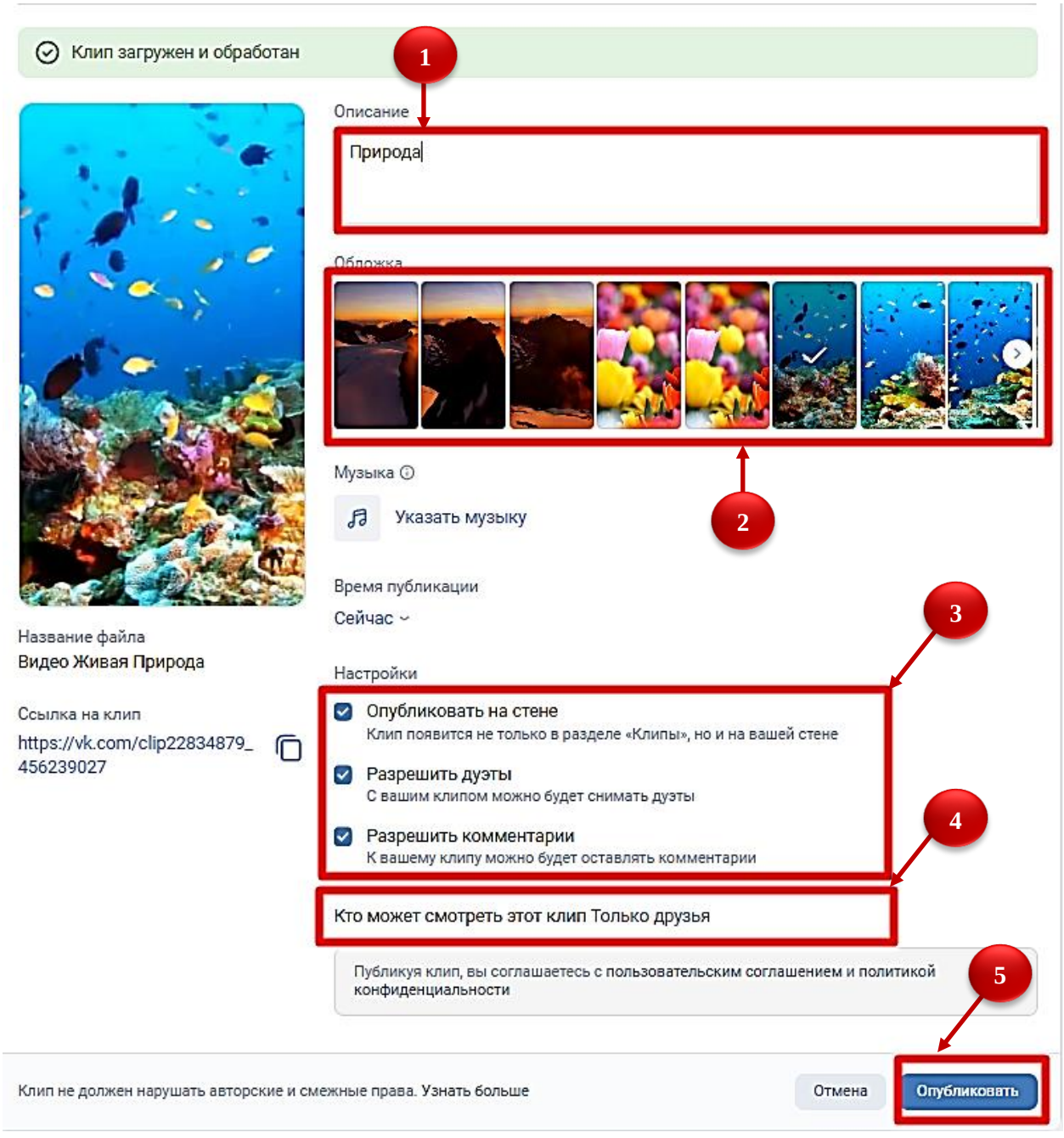


Рисунок 108. Публикация клипа

§2.3. Социальная сеть «ВКонтакте»: создание сообществ

Сообщества в социальной сети «ВКонтакте» представлены следующими типами: группа, публичная страница, мероприятие. В зависимости от цели сообщества необходимо выбрать его тип. Если необходимо создать группу для обсуждений, дискуссий рекомендуется выбирать вид «группа». Для коммерческого использования и общения от лица компании (личного бренда) рекомендуется выбрать тип «публичная страница». Если планируется организация и проведение конференций, мастер-классов и других мероприятий в онлайн и офлайн форматах рекомендуется выбирать тип сообщества «мероприятие».

Рассмотрим подробнее каждый вид сообщества.

Тип сообщества – «Группа». Группа – сообщество в социальной сети, пользователи которого объединены общими интересами, являющимися темой сообщества. Принадлежность к тому или иному сообществу демонстрирует интересы, потребности и ценности его участников. Группы рекомендуется создавать для дискуссий или объединений по интересам. Например, учебные группы, единомышленники по интересам. Группы бывают открытыми, закрытыми и частными. В открытую группу могут вступить все желающие, информация в ней открыта и доступна любому пользователю. В закрытую группу вступают по приглашению или подав заявку администратору, информация в группе доступна только её участникам. Частную группу нельзя найти в поиске «ВКонтакте», вступить в нее можно только по приглашению руководителей.

На стене группы публиковать посты могут все пользователи, однако такие публикации не отображаются у них в ленте. Участники группы могут сами создавать альбомы, загружать видео, фотографии и музыку. В группу можно приглашать своих друзей. Также, если в группе более 10 000 участников, то менять её тип (с закрытой на открытый и наоборот) можно не чаще, чем 1 раз в 30 дней. Если участников меньше, то таких ограничений нет.

Для того, чтобы создать группу перейдите в раздел «Сообщества» (1) и нажмите кнопку «Создать сообщество» (2) (рис. 109).

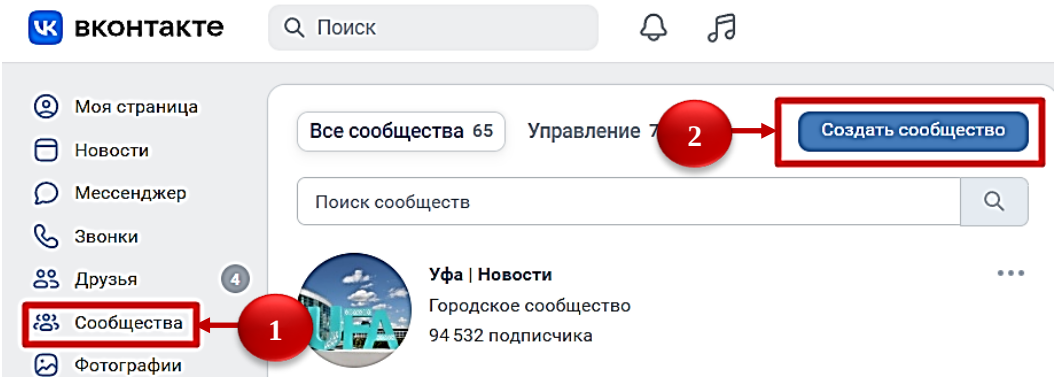


Рисунок 109. Создание группы

В открывшемся окне выберите и нажмите кнопку «Делиться контентом и общаться» (рис. 110).

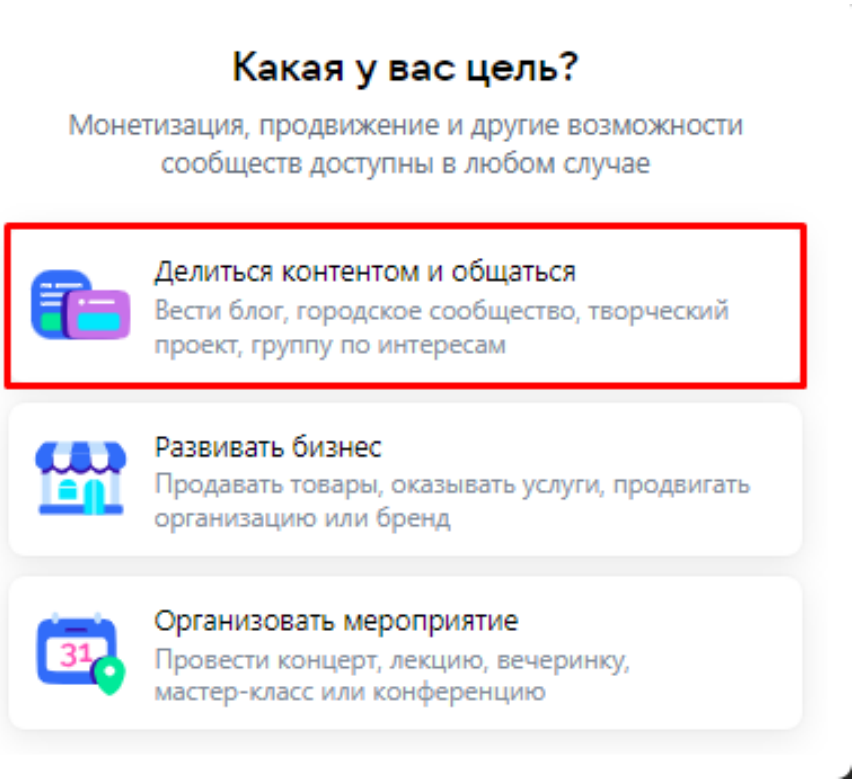


Рисунок 110. Создание группы

В открывшемся окне «Придумайте название» в поле «Название сообщества» укажите название вашей группы (1). В разделе «Приватность сообщества» из раскрывающегося списка выберите необходимую настройку приватности (2) (рис. 111):

- «Открытое» – все пользователи могут просматривать контент в сообществе и оставлять комментарии на стене;

- «Закрытое» – контент видят только подписчики сообщества.

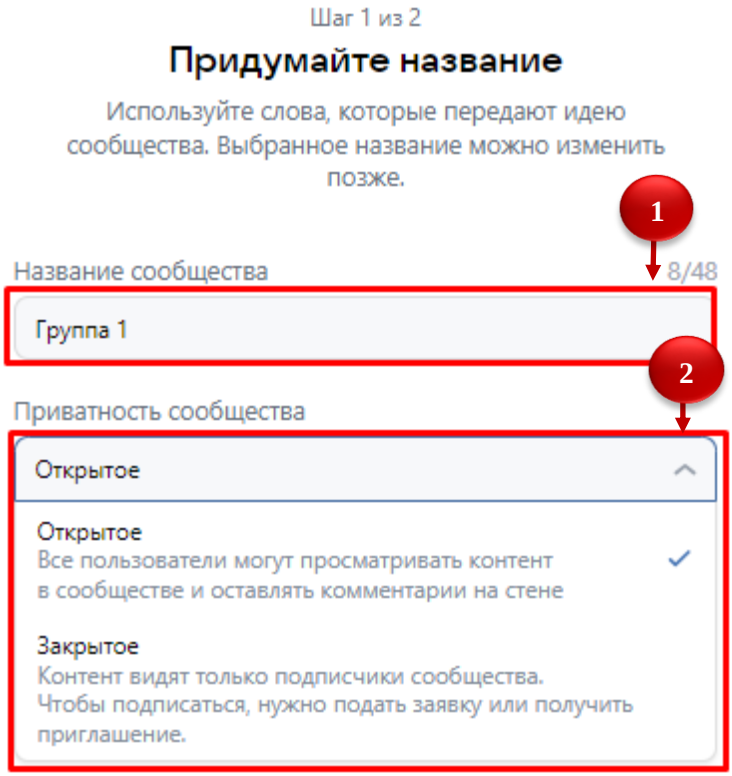


Рисунок 111. Создание группы

Нажмите кнопку «Продолжить» (рис. 112).

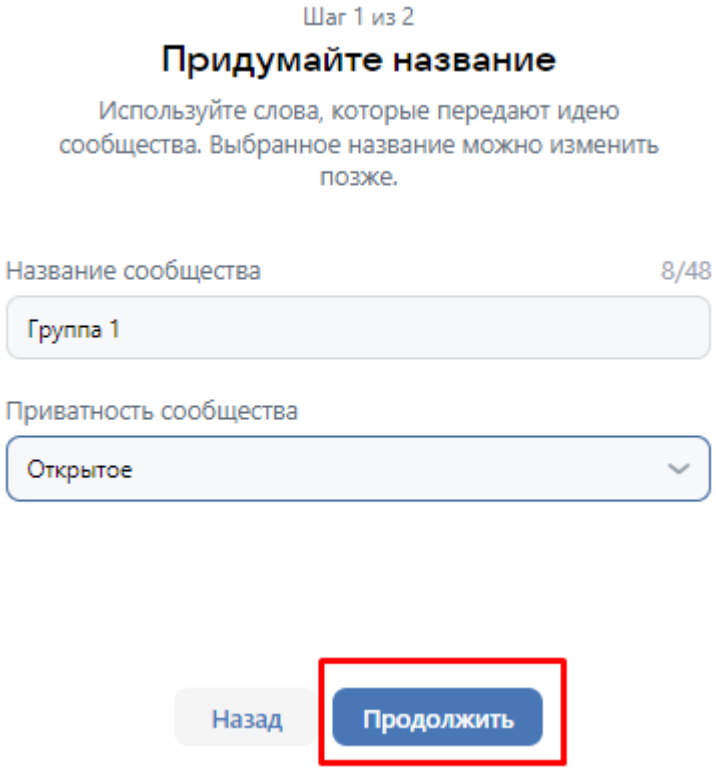


Рисунок 112. Создание группы

Из представленного списка выберите тематику группы (1) и нажмите кнопку «Создать сообщество»(2) (рис. 113).

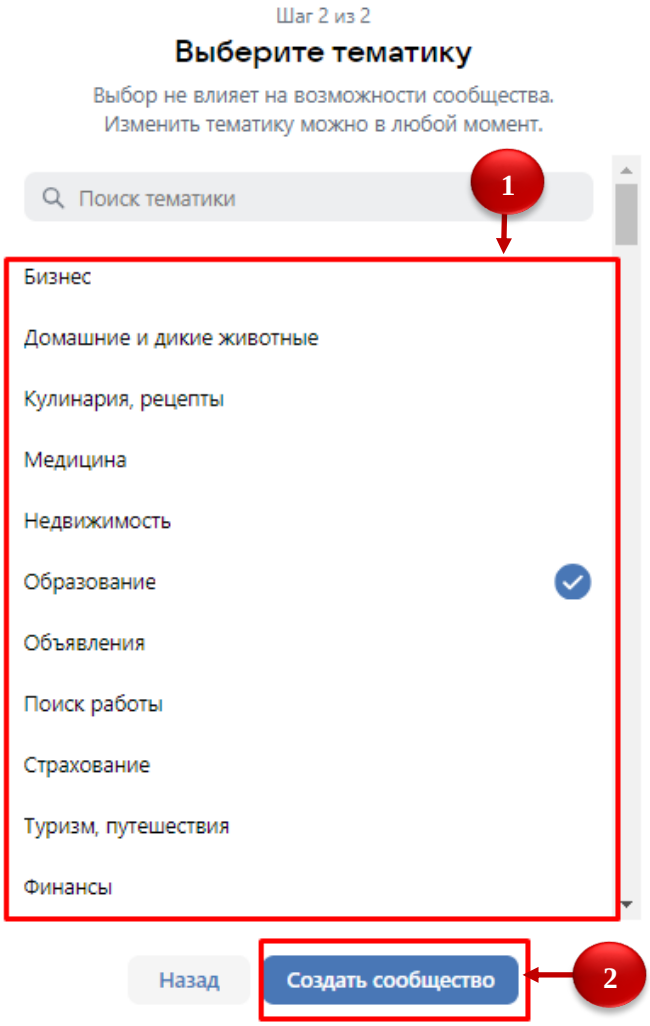


Рисунок 113. Создание группы

Группа создана. Для того, чтобы перейти в группу нажмите кнопку «Перейти в сообщество» (рис. 114).

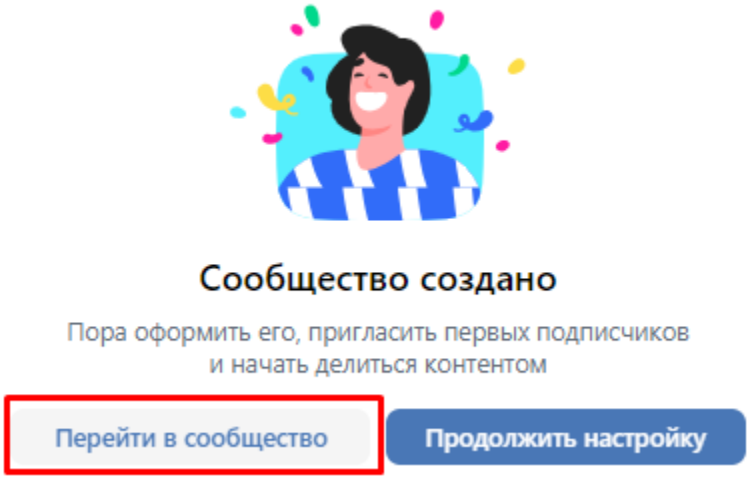


Рисунок 114. Создание группы

Тип сообщества «Группа» представлена на рисунке 115.

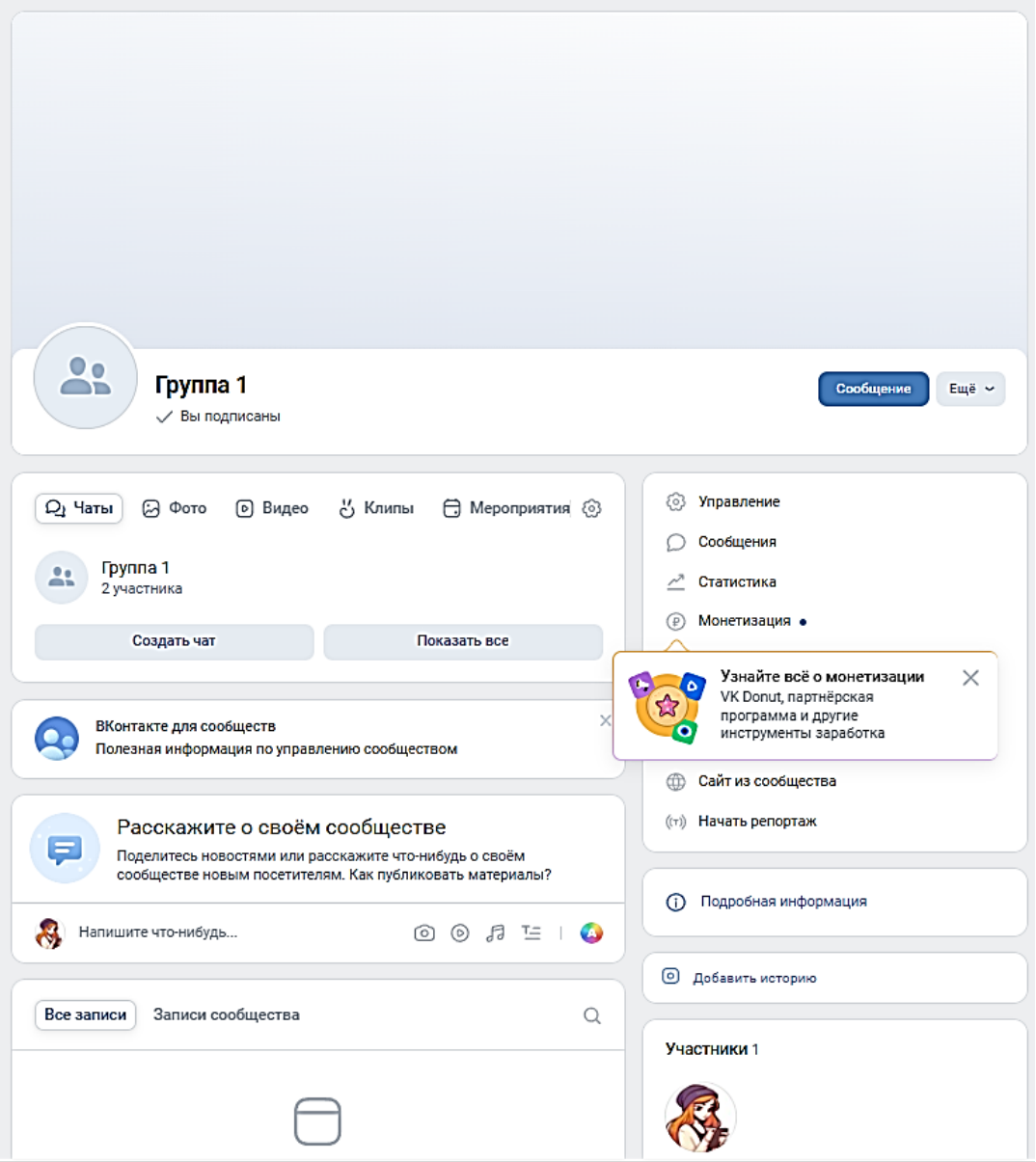


Рисунок 115. Тип сообщества «Группа»

Тип сообщества – «Публичная страница». Публичные страницы (паблики) – это сообщество, контент в котором доступен всем пользователям социальной сети «ВКонтакте».

Публичные страницы чаще всего используют те, кто публикует контент от лица компании или известной личности. Публичная страница не может быть закрытой, она доступна всем пользователям и вступить в неё могут все желающие. Единственное ограничение такой формы сообщества – нет возможности приглашать своих друзей. Публичная страница отображается на личной странице пользователей (если не применены настройки приватности) в блоке «Интересные страницы».

Рассмотрим создание «Публичной страницы». Для того, чтобы создать публичную страницу перейдите в раздел «Сообщества» (1) и нажмите кнопку «Создать сообщество» (2) (рис. 116).

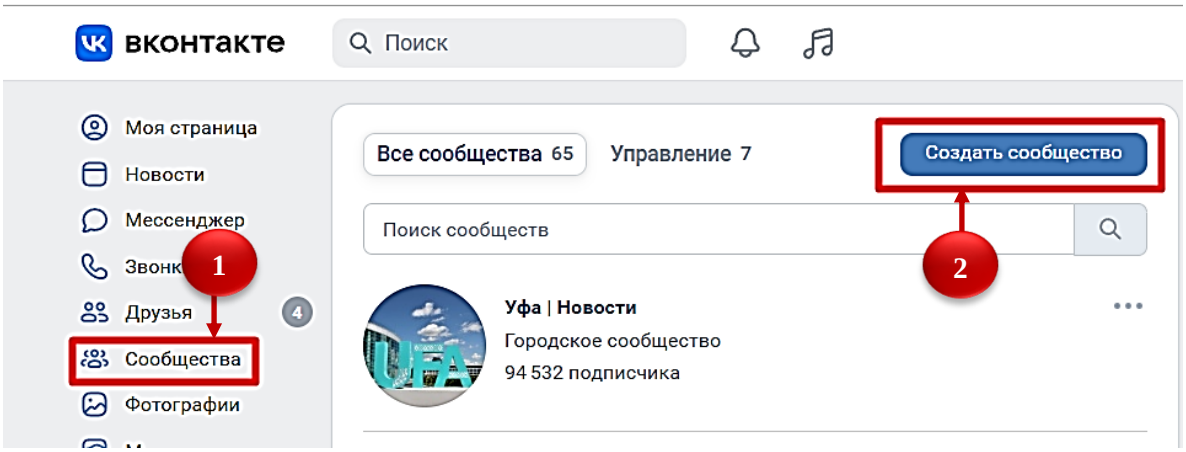


Рисунок 116. Создание публичной страницы

В открывшемся окне выберите и нажмите кнопку «Развивать бизнес» (рис. 117).

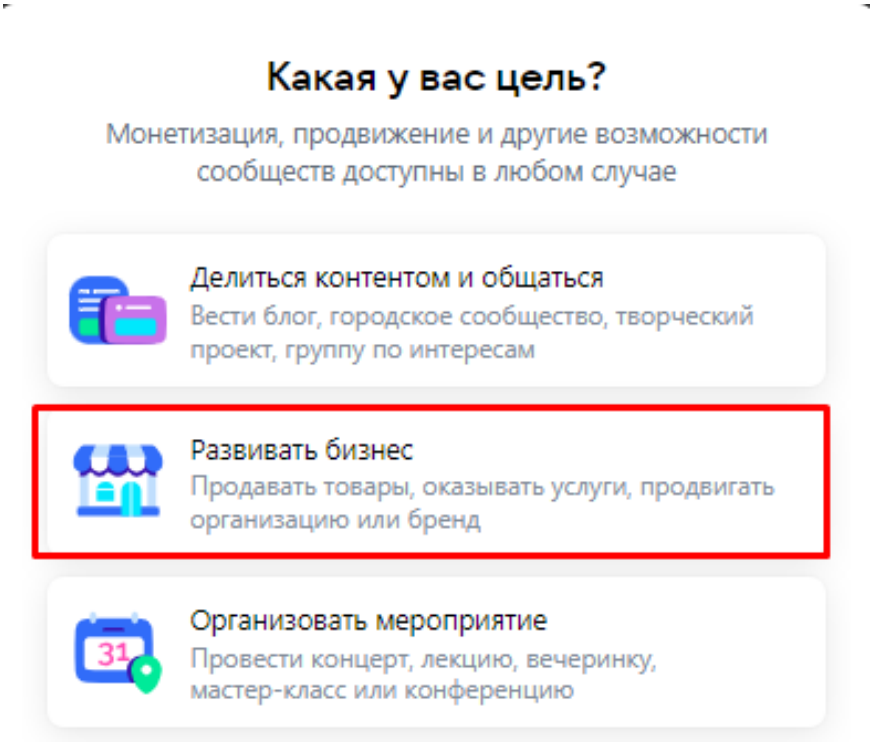


Рисунок 117. Создание публичной страницы

В открывшемся окне «Создание сообщества» в поле «Название» укажите название публичной страницы (1). В разделе «Тематика» из раскрывающегося списка выберите необходимую тематику (2). В поле

«Описание» необходимо указать информацию о вашем сообществе (3). Далее нажмите кнопку «Создать сообщество» (5) (рис. 118).

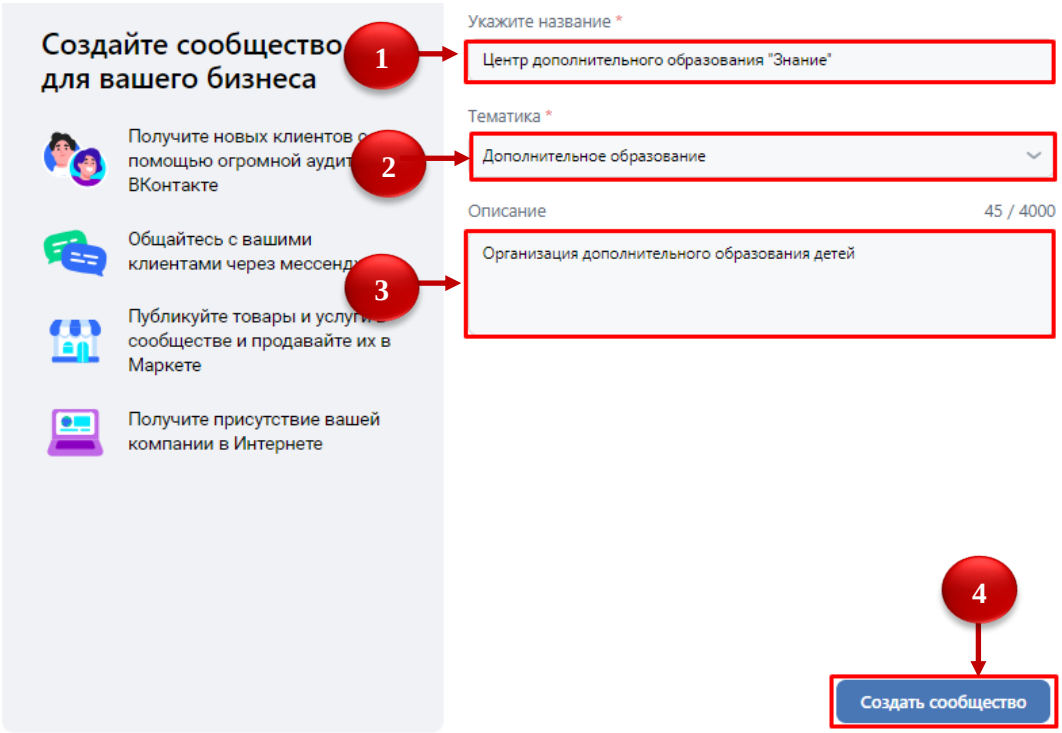


Рисунок 118. Создание публичной страницы

В открывшемся окне в поле «Номер телефона» укажите контактный номер телефона (1). При наличии сайта в сети Интернет, укажите его адрес в поле «Сайт (2). В поле «город» необходимо указать наименование города (4). В поле «Адрес» укажите адрес вашей организации (при наличии). Данный адрес будет отображаться на странице сообщества (4). Нажмите кнопку «Продолжить» (5) (рис. 119).

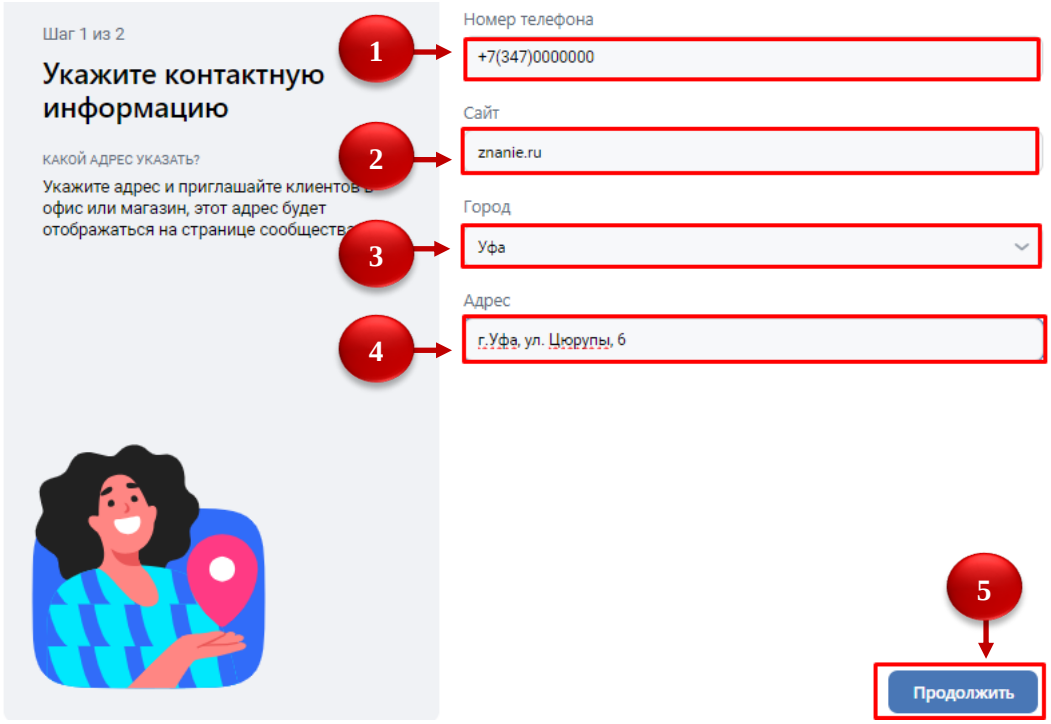


Рисунок 119. Создание публичной страницы

В открывшемся окне отображаются ваши друзья. Выберите друзей, которых необходимо пригласить в ваше сообщество. Для этого нажмите кнопку «Пригласить» напротив выбранного друга (1). Нажмите кнопку «Продолжить» (2) (рис. 120).

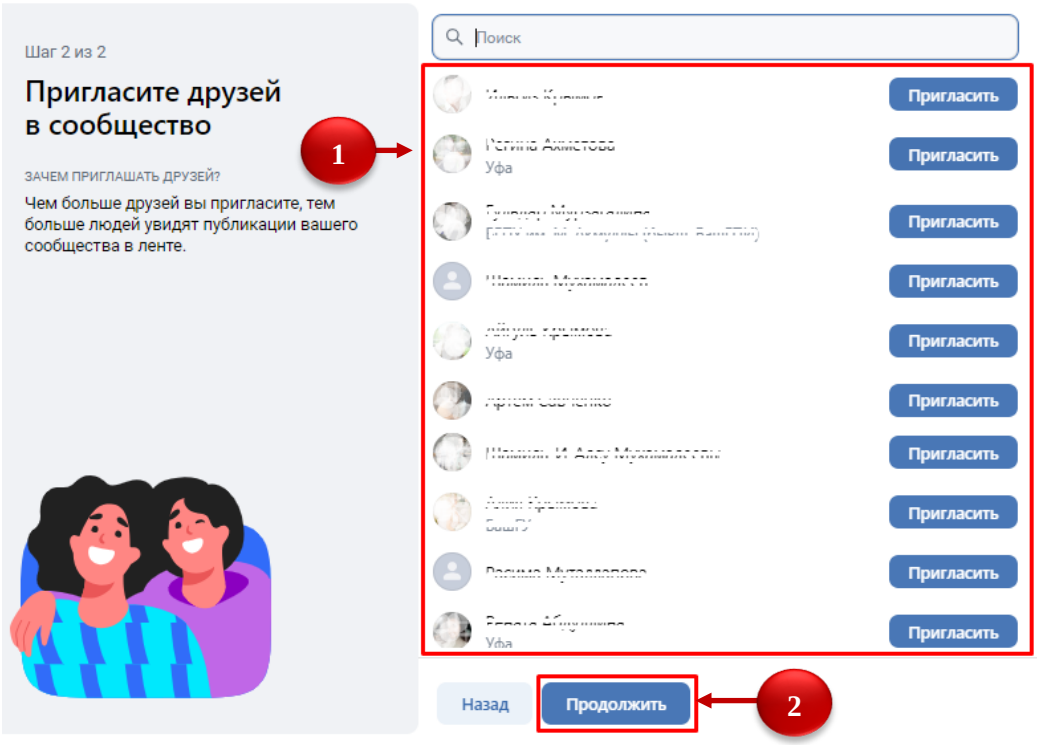


Рисунок 120. Создание публичной страницы

Публичная страница создана. Для того чтобы перейти в нее нажмите кнопку «Перейти в сообщество» (рис. 121).

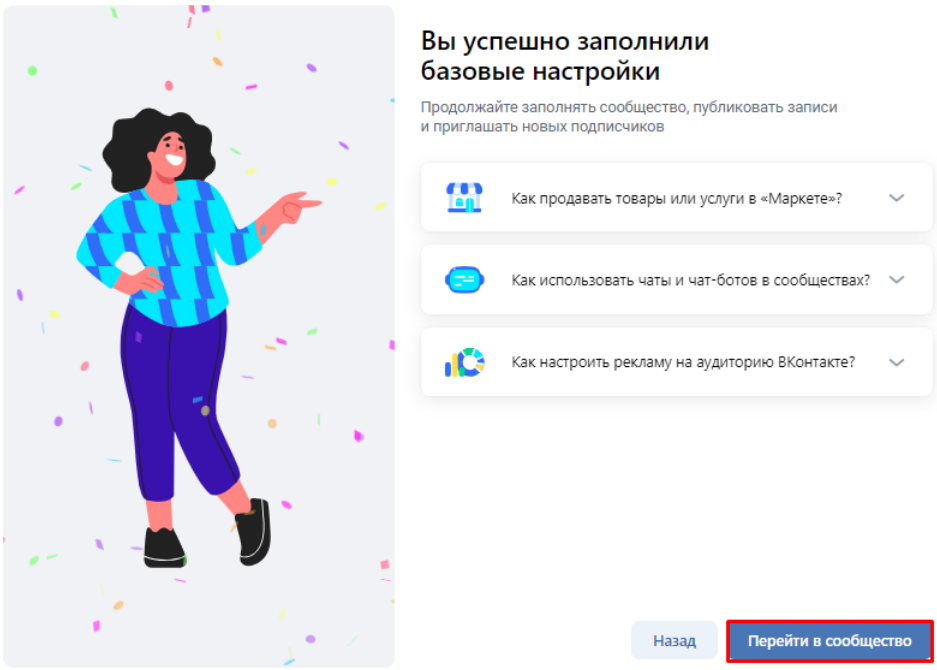


Рисунок 121. Создание публичной страницы

Тип сообщества «Публичная страница» представлена на рисунке 122.

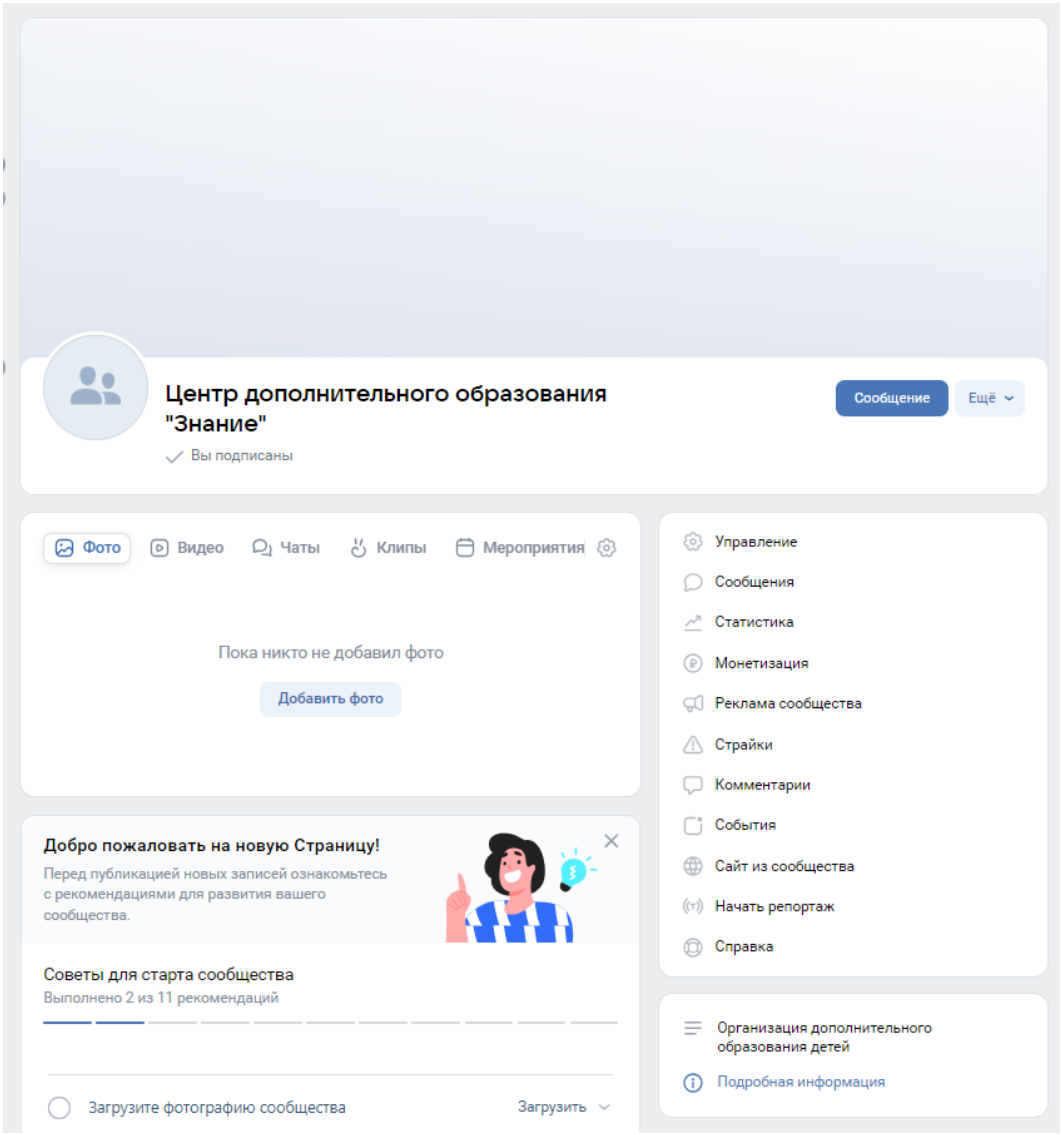


Рисунок 122. Тип сообщества «Публичная страница»

Тип сообщества – «Мероприятие». Мероприятие – это группа, деятельность которой посвящена определенному событию, проводимому в онлайн или оффлайн формате. Например, открытие нового магазина, проведение мастер-класса по лепке, семинар по испанскому языку и много другое.

Мероприятие имеет много сходства с группой. Мероприятия бывают открытыми и закрытыми. На мероприятие, по аналогии с группой, вы можете приглашать своих друзей, а также удалять участников из мероприятия. У мероприятия всегда есть дата и время его начала. Дата окончания указывается по желанию. Информация о мероприятии отображается за один день и в день его проведения на главной странице пользователя.

Для того, чтобы создать мероприятие перейдите в раздел «Сообщества» (1) и нажмите кнопку «Создать сообщество» (2) (рис. 123).

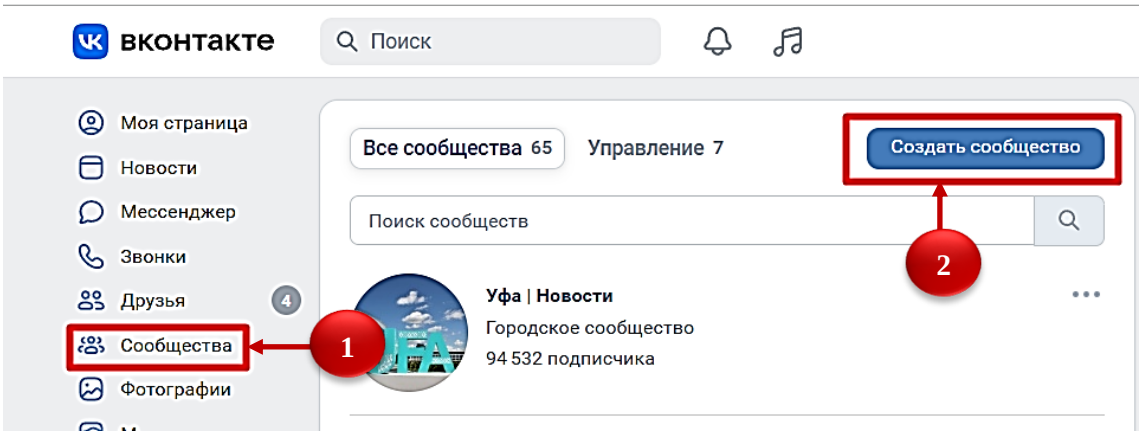


Рисунок 123. Создание мероприятия

В открывшемся окне выберите и нажмите кнопку «Организовать мероприятие» (рис. 124).

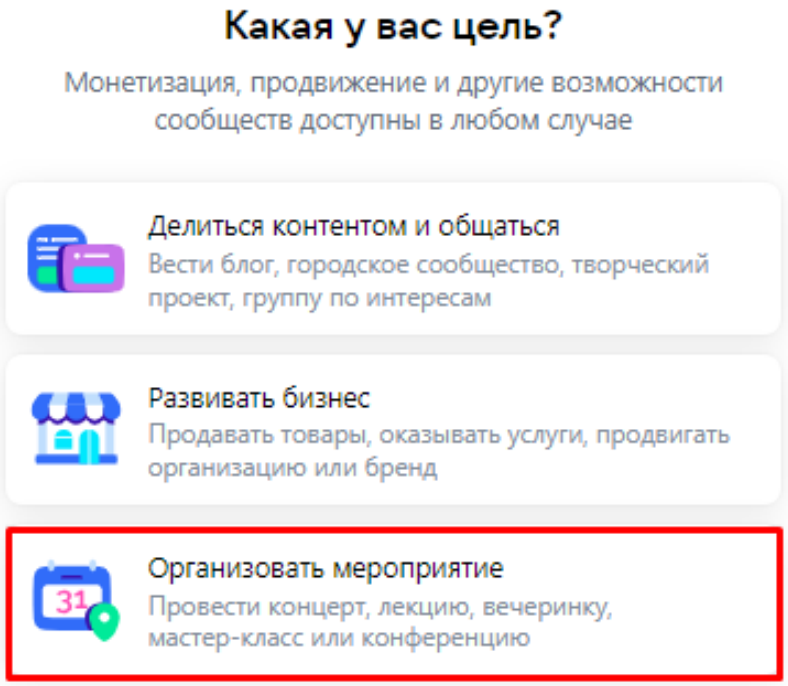


Рисунок 124. Создание мероприятия

В открывшемся окне «Мероприятие» в поле «Название» укажите название мероприятия (1). В разделе «Тип встречи» из раскрывающегося списка выберите необходимый тип: «Открытая» или «Закрытая» (2). Укажите время начала и время окончания мероприятия (3, 4). Нажмите кнопку «Продолжить» (5) (рис. 125).

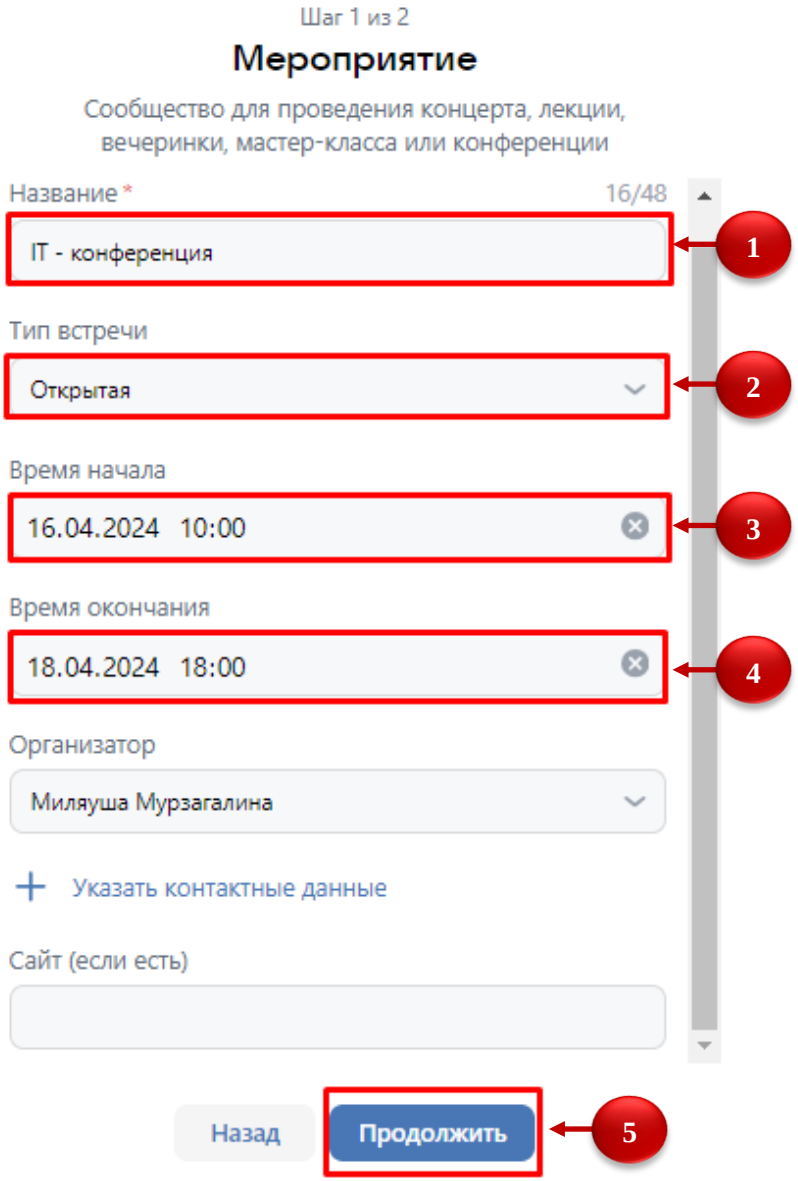


Рисунок 125. Создание мероприятия

Выберите тематику мероприятия из предлагаемого списка (1) и нажмите кнопку «Создать мероприятие» (2) (рис. 126).

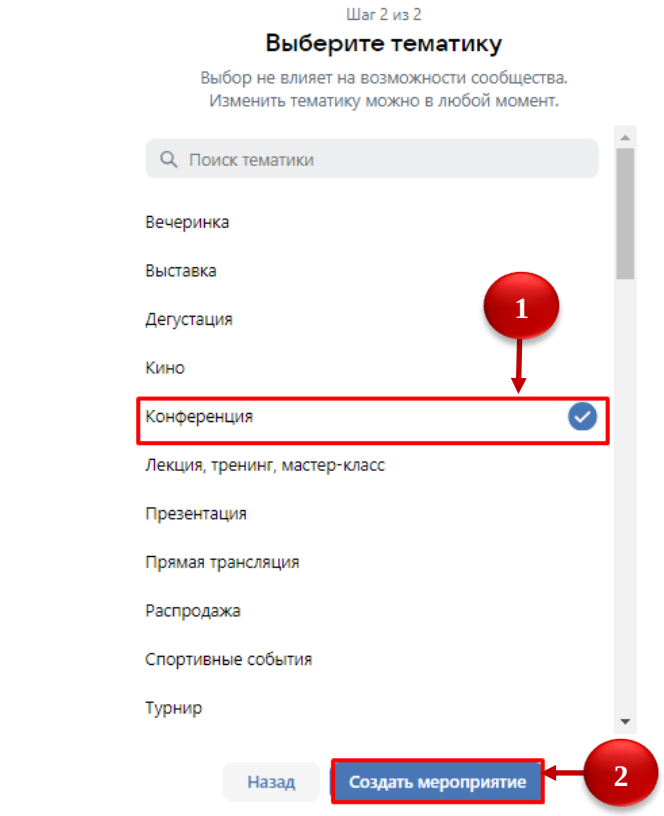


Рисунок 126. Создание мероприятия

Мероприятие создано. Для того, чтобы перейти в мероприятие нажмите кнопку «Перейти в сообщество» (рис. 127).

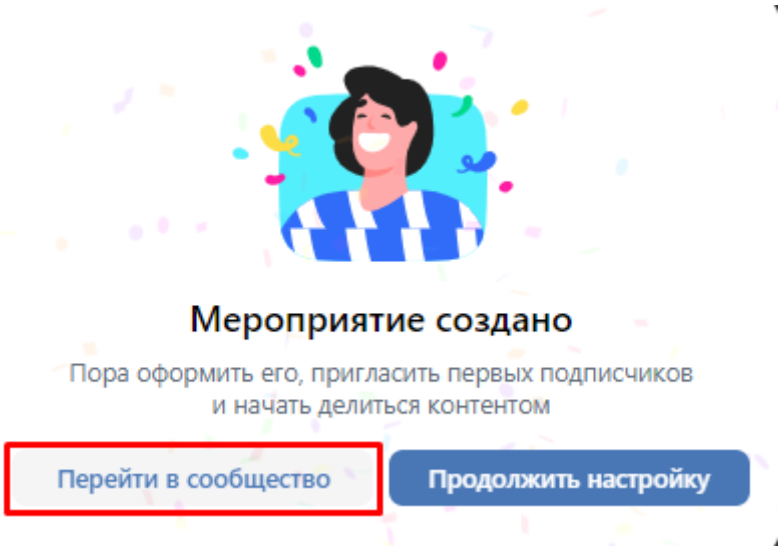


Рисунок 127. Создание мероприятия

Тип сообщества «Мероприятие» представлен на рисунке 128.

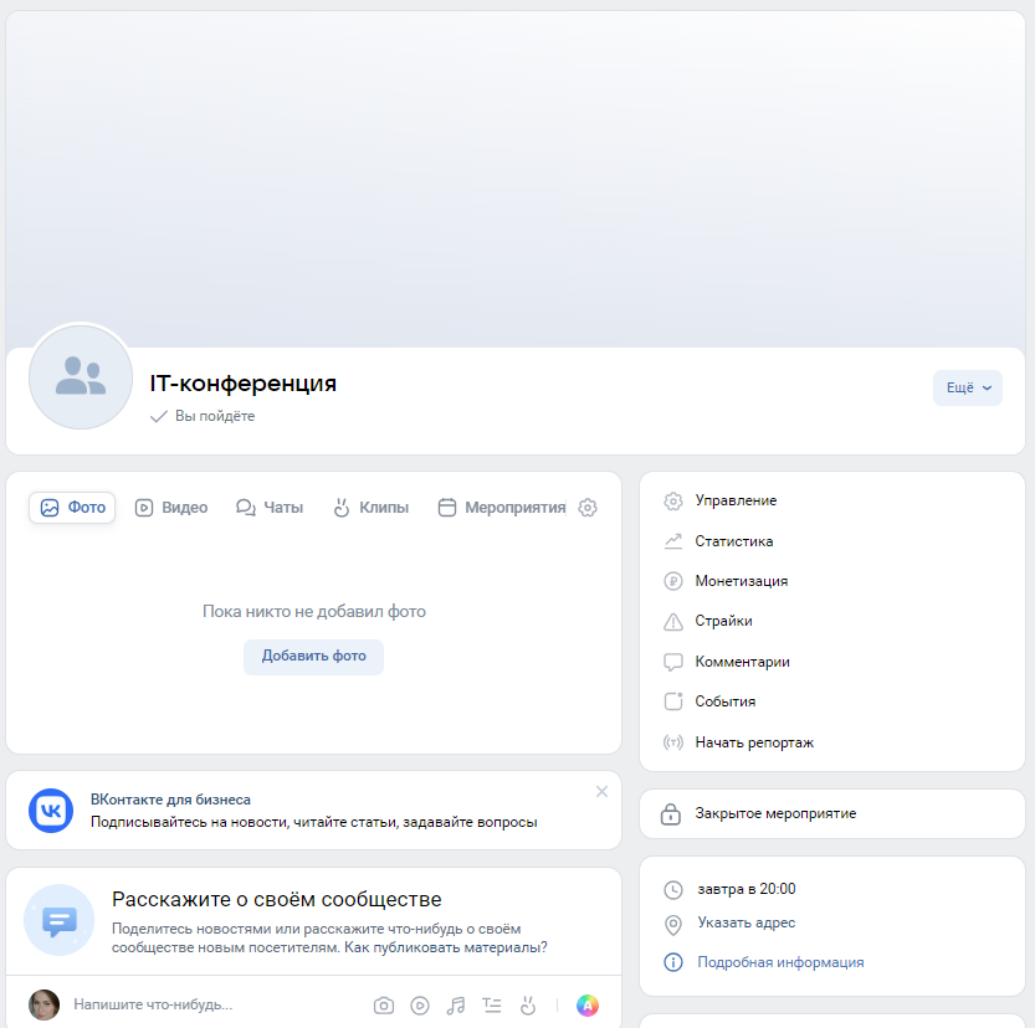


Рисунок 128. Тип сообщества «Мероприятие»

Оформление и настройка сообщества.

Каждую форму сообщества можно визуально оформить, осуществить необходимые настройки. Рассмотрим оформление и настройку на примере сообщества «Группа по интересам». Другие формы сообщества оформляются и настраиваются по аналогии.

Для того, чтобы начать работы с сообществом прейдите в раздел «Сообщества» (1). Далее, перейдите во вкладку «Управление» (2). Нажмите по названию сообщества (3) (рис. 129).

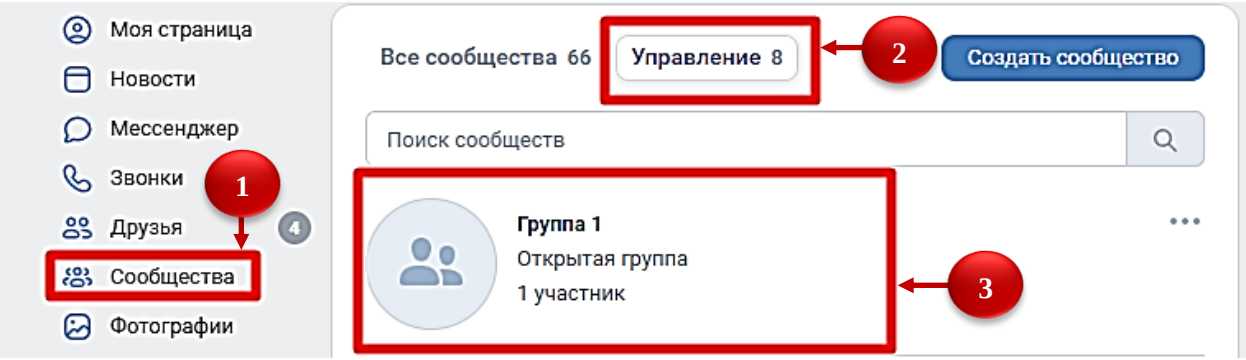


Рисунок 129. Оформление сообщества

Если необходимо изменить аватар – картинку для представления сообщества, наведите на нее курсор компьютерной мыши (1) и, в открывшемся списке нажмите кнопку «Загрузить фотографию» (2) (рис.130).

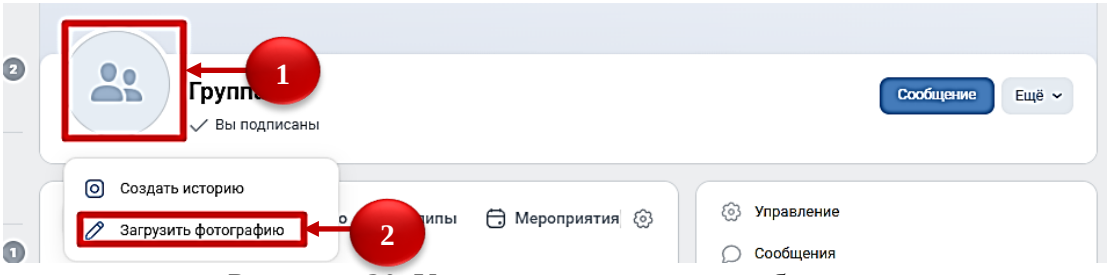


Рисунок 130. Установление аватара сообщества

В открывшемся окне «Загрузка новой фотографии» нажмите кнопку «Выбрать файл» (рис. 131).

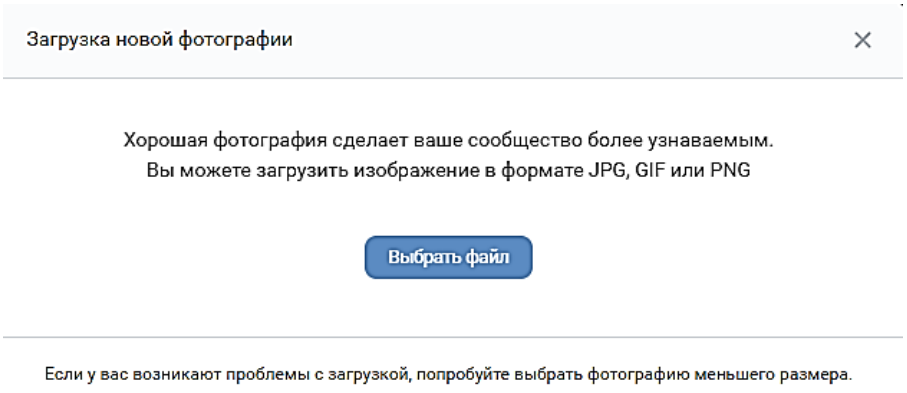


Рисунок 131. Установление аватара сообщества

Выберите изображение на вашем цифровом устройстве (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 132).

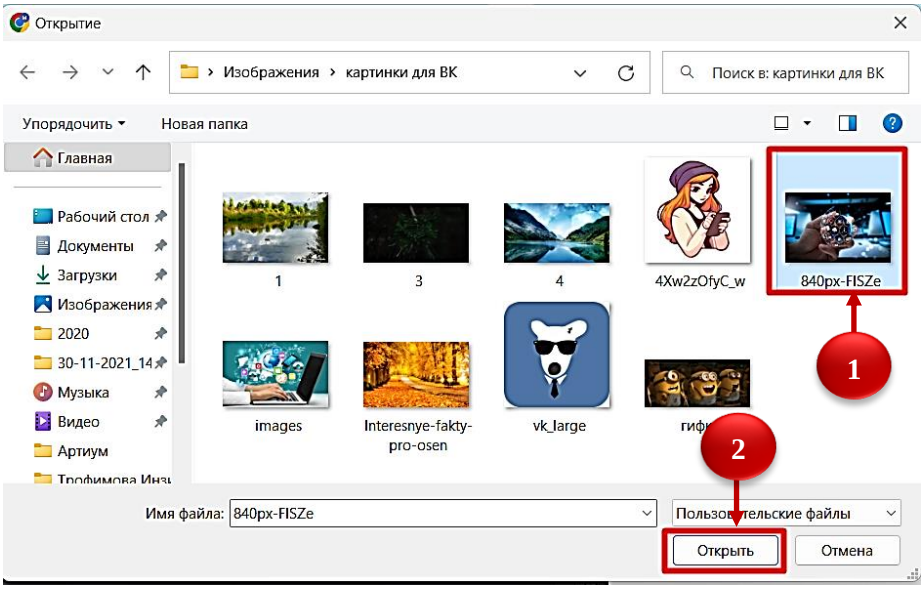


Рисунок 132. Установление аватара сообщества

Используя маркеры, размещенные на краях изображения, установите необходимый размер (1). Нажмите кнопку «Сохранить и продолжить» (2) (рис. 133)

Выбранная область будет выводиться на странице сообщества.

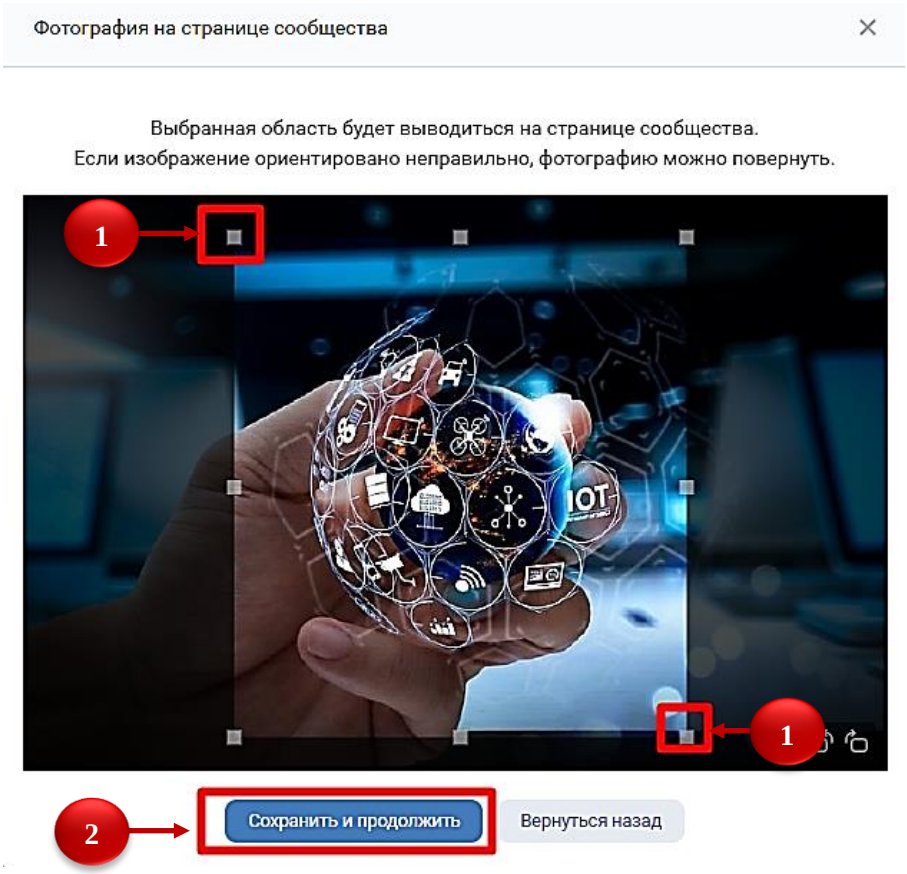


Рисунок 133. Установление аватара сообщества

Далее необходимо установить миниатюру – область, которая отображается в новостях, списках сообществ и комментариях. Для этого используйте маркеры, размещенные по краям изображения (1). Нажмите кнопку «Сохранить изменения» (2) (рис. 134).



Рисунок 134. Установление аватара сообщества

Установите галочку напротив строки «Опубликовать запись». После этого Ваши друзья смогут увидеть в разделе «История» информацию об измененном аватаре сообщества. Для завершения настроек аватара нажмите кнопку «Продолжить» (2) (рис. 135).



Рисунок 135. Установление аватара сообщества

Аватар сообщества установлен (рис. 136).



Рисунок 136. Установление аватара сообщества

Для того, чтобы установить обложку сообщества нажмите кнопку «Изменить обложку» (1). Далее нажмите кнопку «Загрузить изображение» (2) (рис. 137).

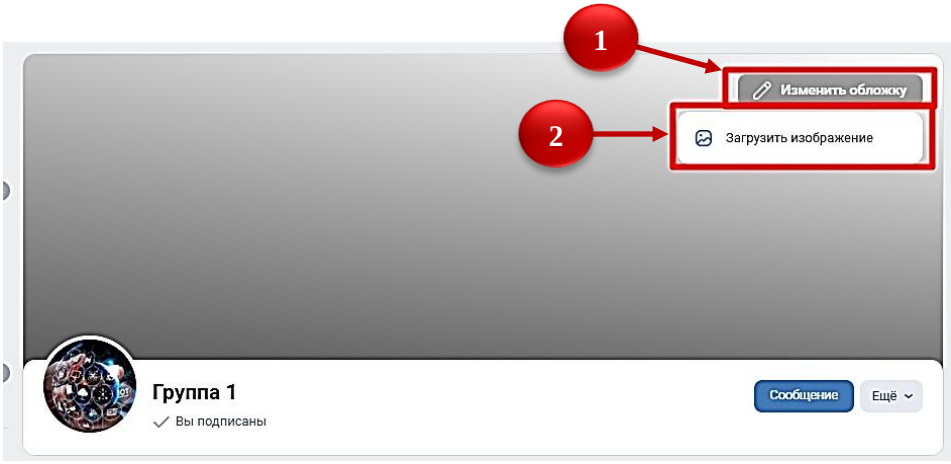


Рисунок 137. Установление обложки сообщества

Нажмите на область «Добавить обложку» (рис. 138).



Рисунок 138. Установление обложки сообщества

Выберите необходимое изображение на вашем цифровом устройстве и нажмите кнопку «Открыть» (рис. 139).

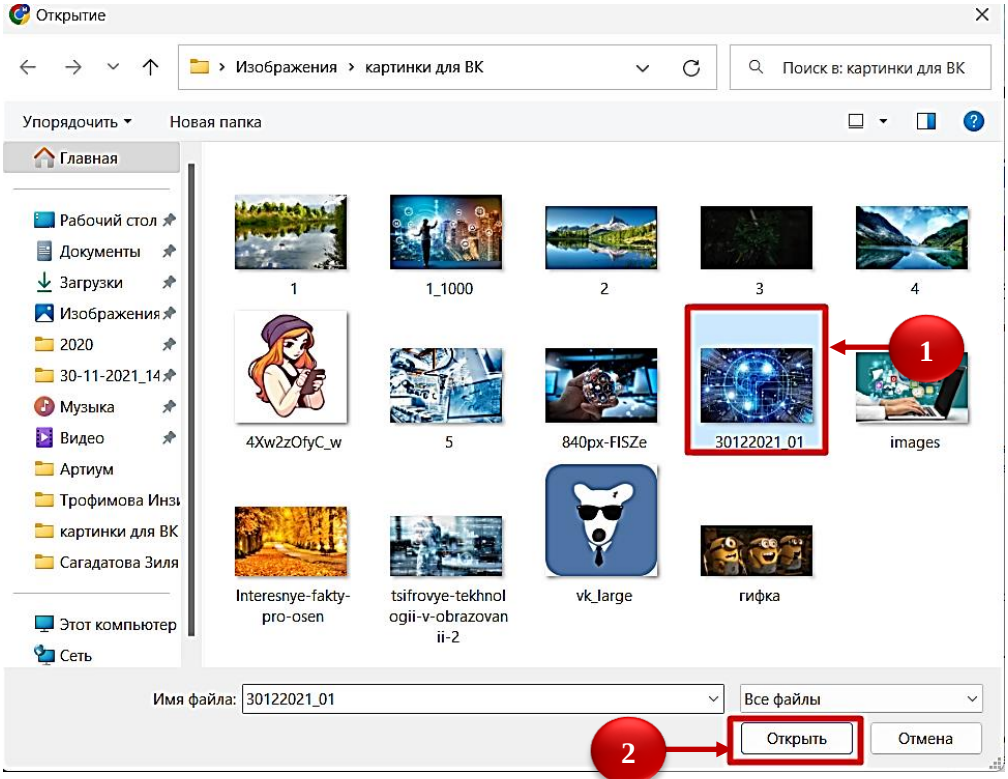


Рисунок 139.Установление обложки сообщества

Далее, нажмите кнопку «Сохранить и продолжить» (рис. 140).

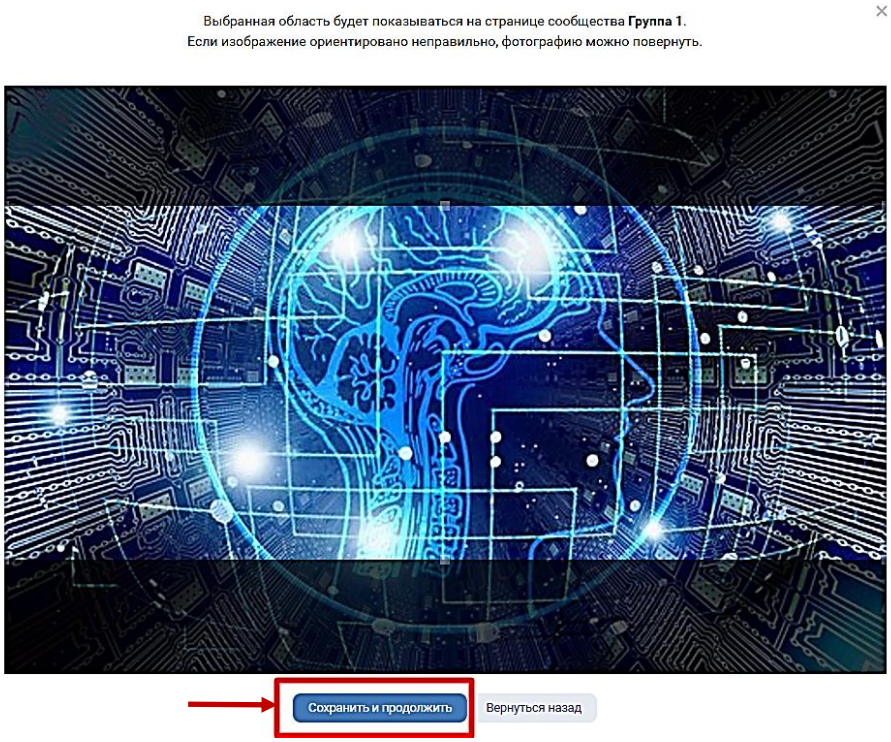


Рисунок 140. Установление обложки сообщества

Также Вы можете добавить «живую» обложку. Это изображения или видео, которые сменяются автоматически. Такую обложку пользователи могут увидеть только в мобильном приложении.

Для добавления «живой» обложки нажмите на область «Добавить» в разделе «Живая обложка» (рис. 141).

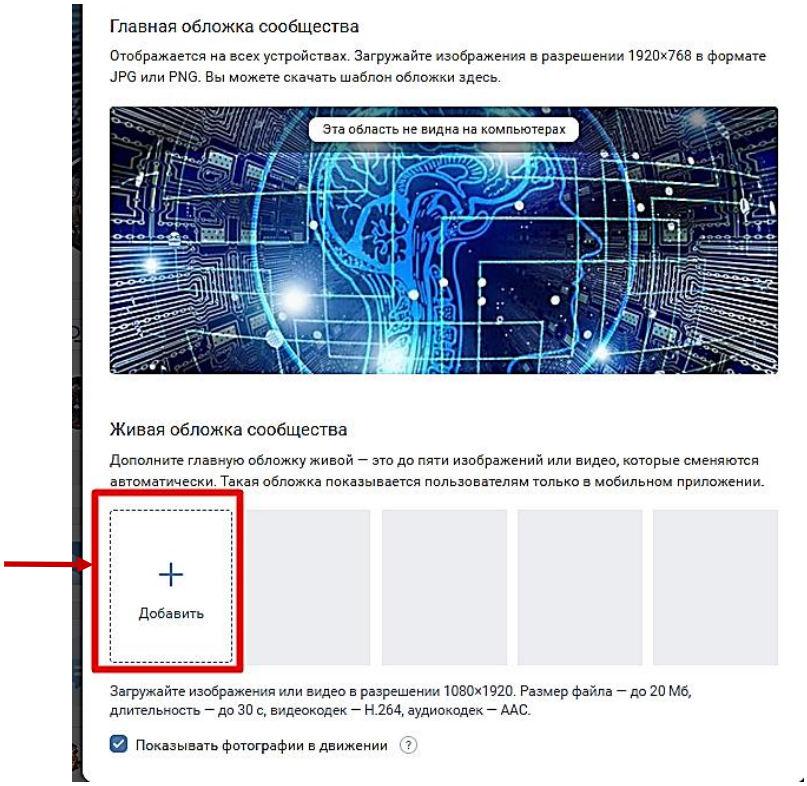


Рисунок 141. Установление «живой» обложки сообщества

Выберите необходимое изображение на вашем цифровом устройстве (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис.142).

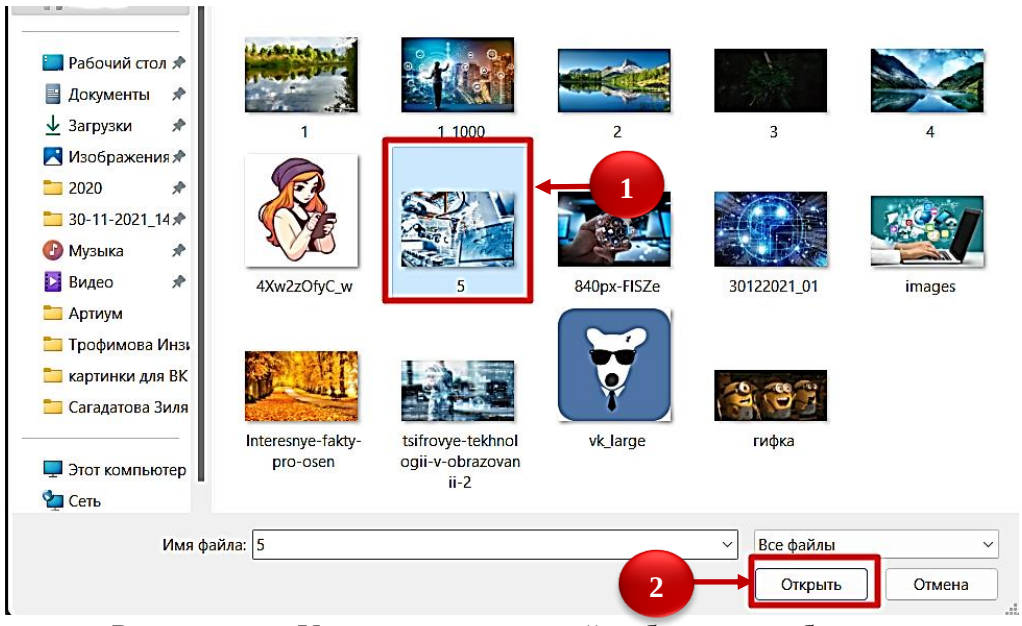


Рисунок 142. Установление «живой» обложки сообщества

Аналогичным образом вы можете добавить до пяти изображений (рис.143).



Рисунок 143. Установление «живой» обложки сообщества

Обложка для вашего сообщества установлена (рис.144).



Рисунок 144. Установление обложки сообщества

Для того, чтобы иметь возможность структурировать содержание сообщества, необходимо добавить в него меню. Меню – инструмент для оформления сообщества ВКонтакте. Для этого перейдите в раздел «Управление» (рис.145).

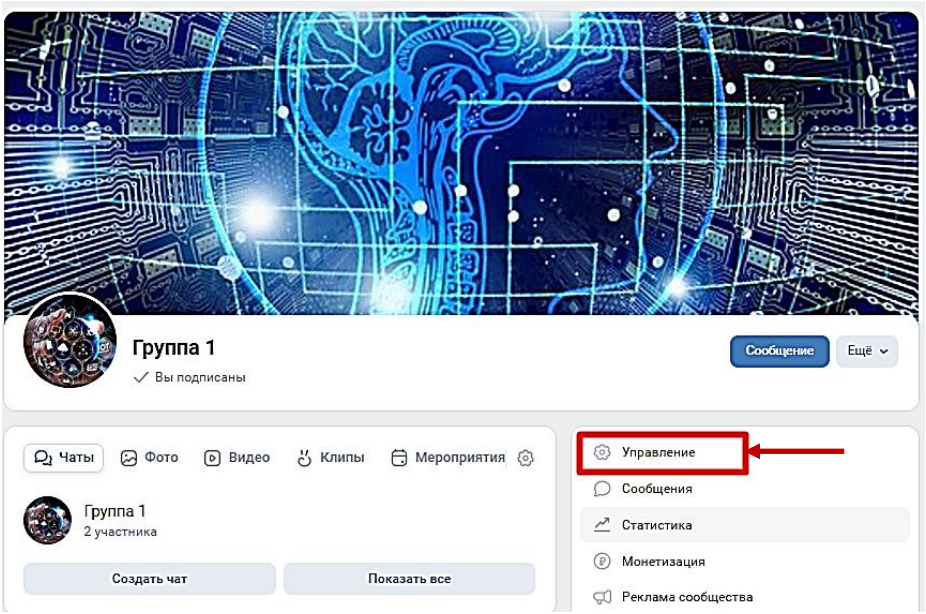


Рисунок 145. Добавление меню сообщества

Далее, перейдите в подраздел «Меню» (1) и нажмите на область «Новая ссылка» (2) (рис. 146).

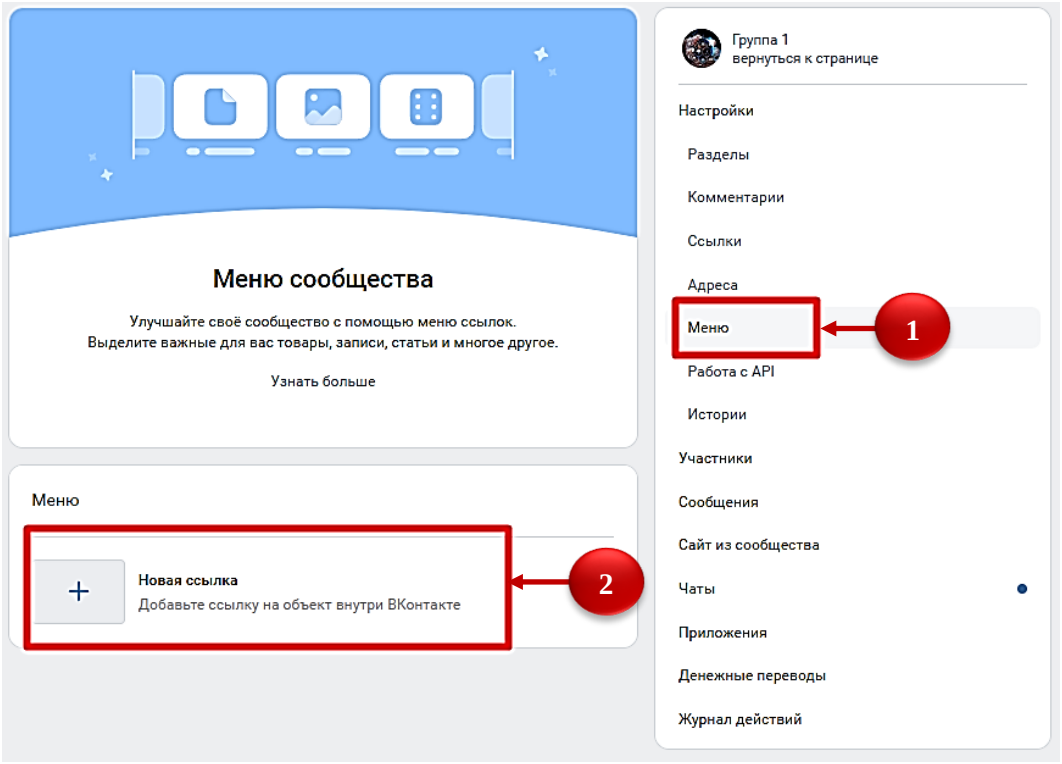


Рисунок 146. Добавление меню сообщества

Для того, чтобы установить обложку меню, нажмите на строку «Загрузить» (рис.147).

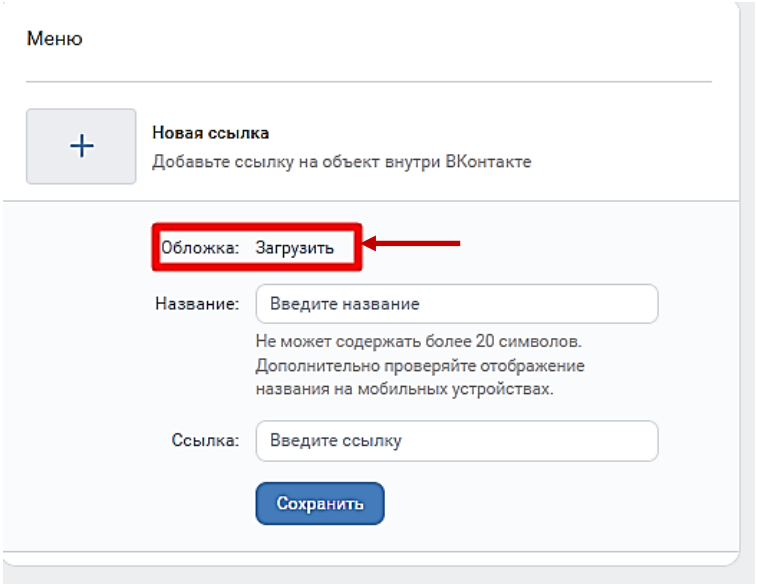


Рисунок 147. Добавление обложки для меню сообщества

Нажмите кнопку «Выбрать файл» (рис.148).

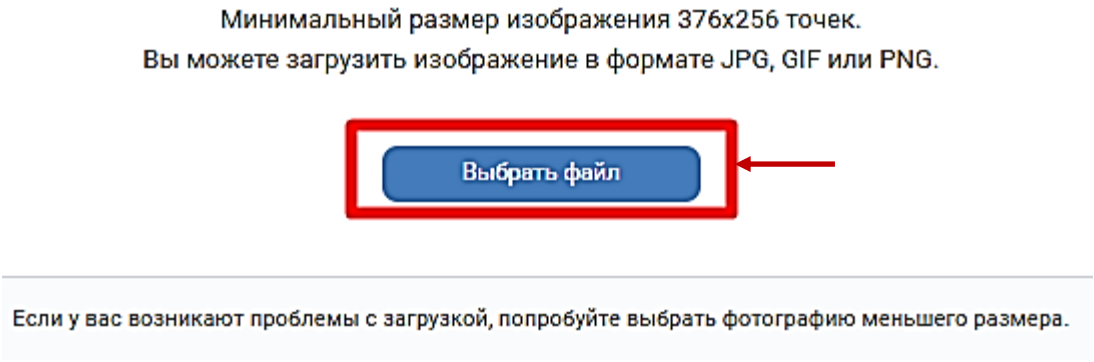


Рисунок 148. Добавление обложки для меню сообщества

Выберите нужное изображение на вашем цифровом устройстве и нажмите кнопку «Открыть» (рис.149).

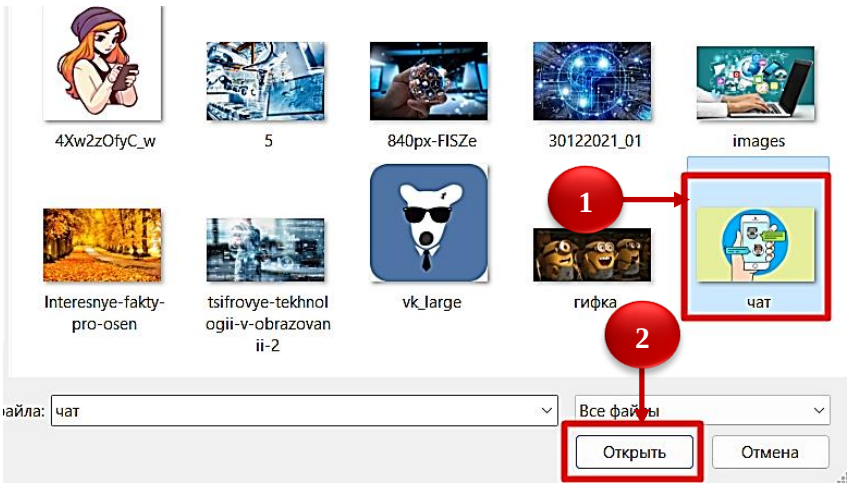


Рисунок 149. Добавление обложки для меню сообщества

Далее, нажмите кнопку «Сохранить и продолжить» (рис.150)

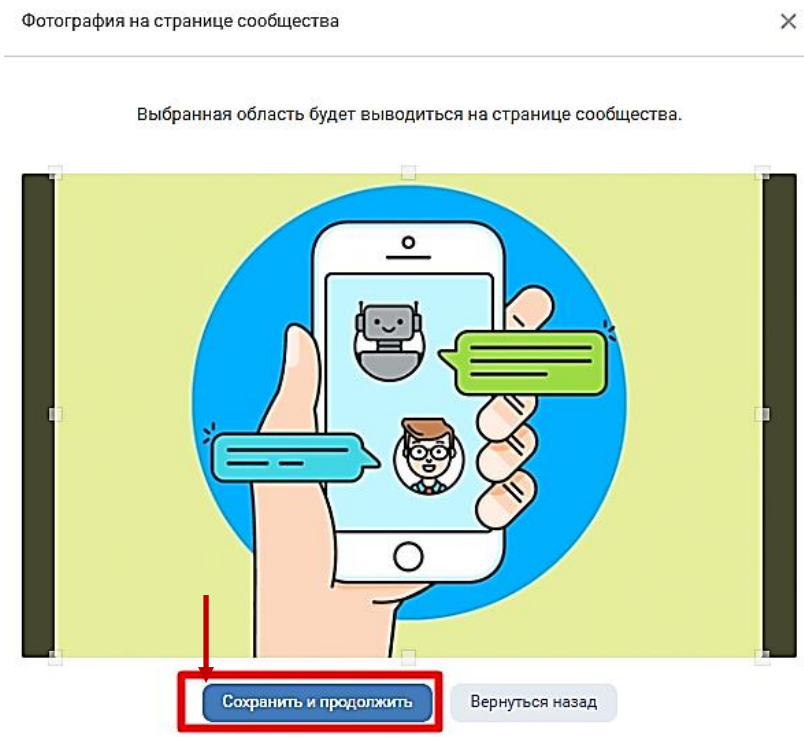


Рисунок 150. Добавление обложки для меню сообщества

В поле «Название» введите название меню (1). В поле «Ссылка» разместите ссылку на ресурсы внутри социальной сети «ВКонтакте» (2) и нажмите кнопку «Сохранить» (3) (рис. 151)

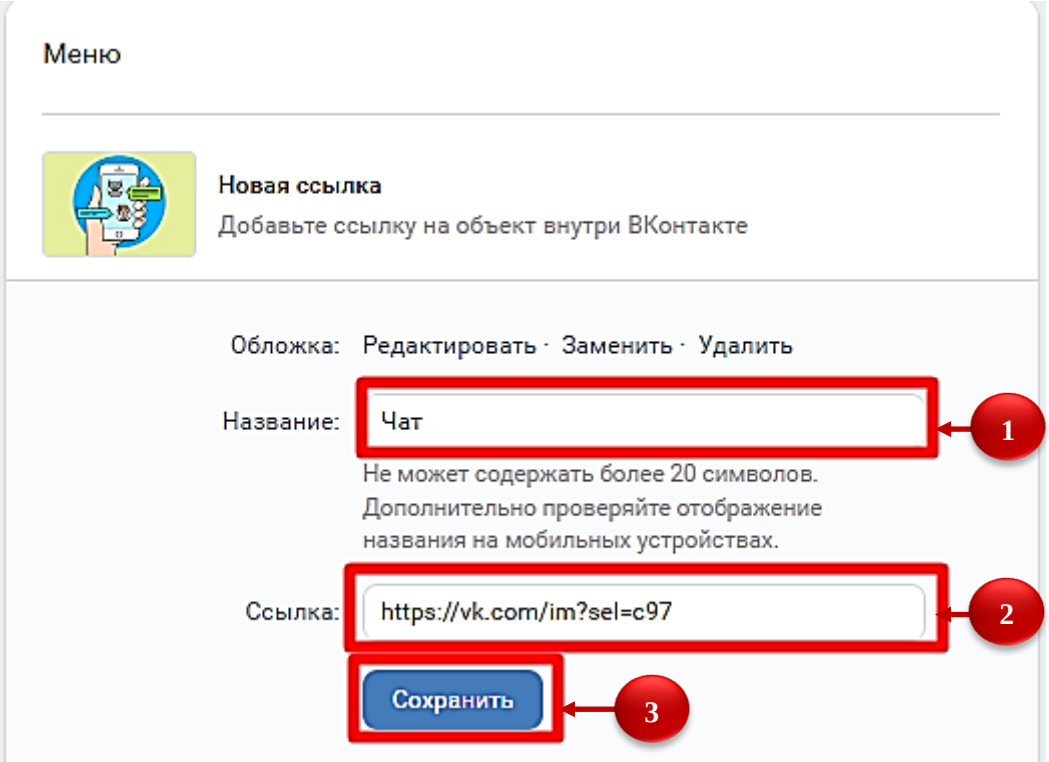


Рисунок 151. Добавление меню сообщества

Меню размещено на страницу сообщества (рис. 152).

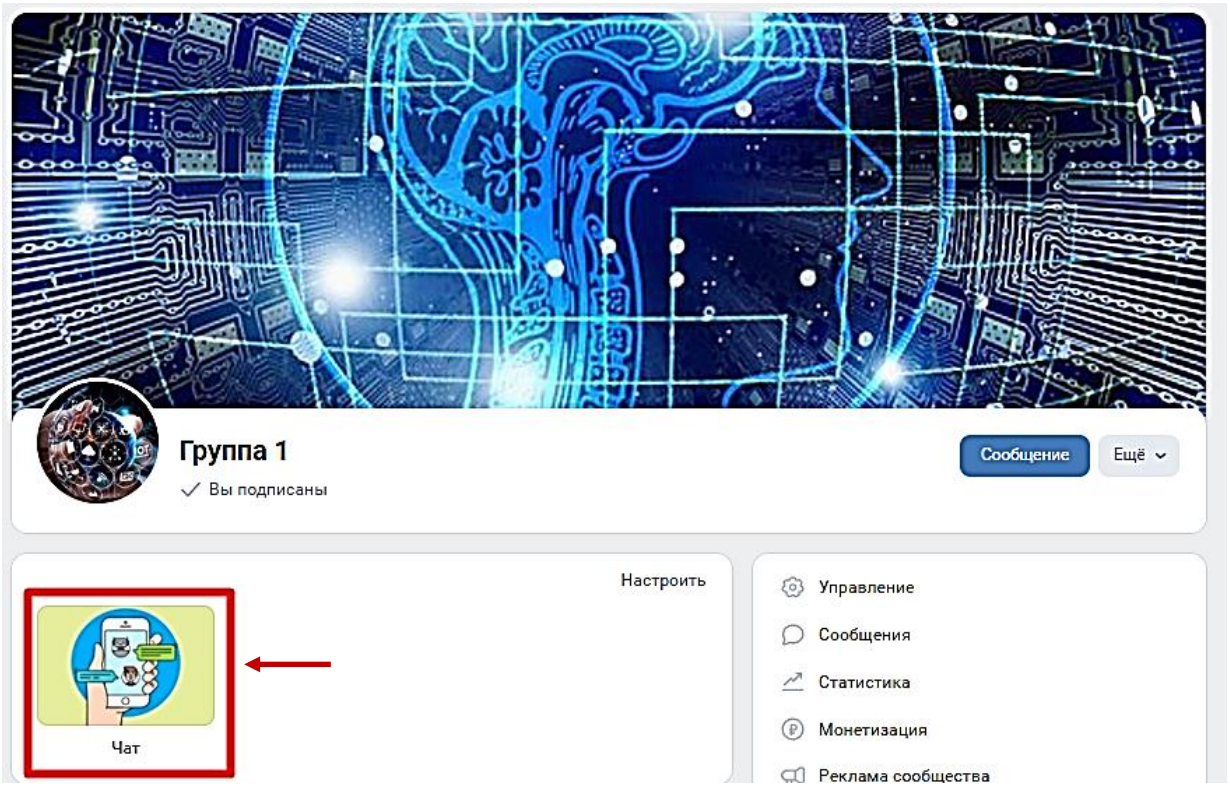


Рисунок 152. Добавление меню сообщества

Если вы хотите добавить фото, видео, клип в сообщество нажмите на соответствующую кнопку (рис. 153).

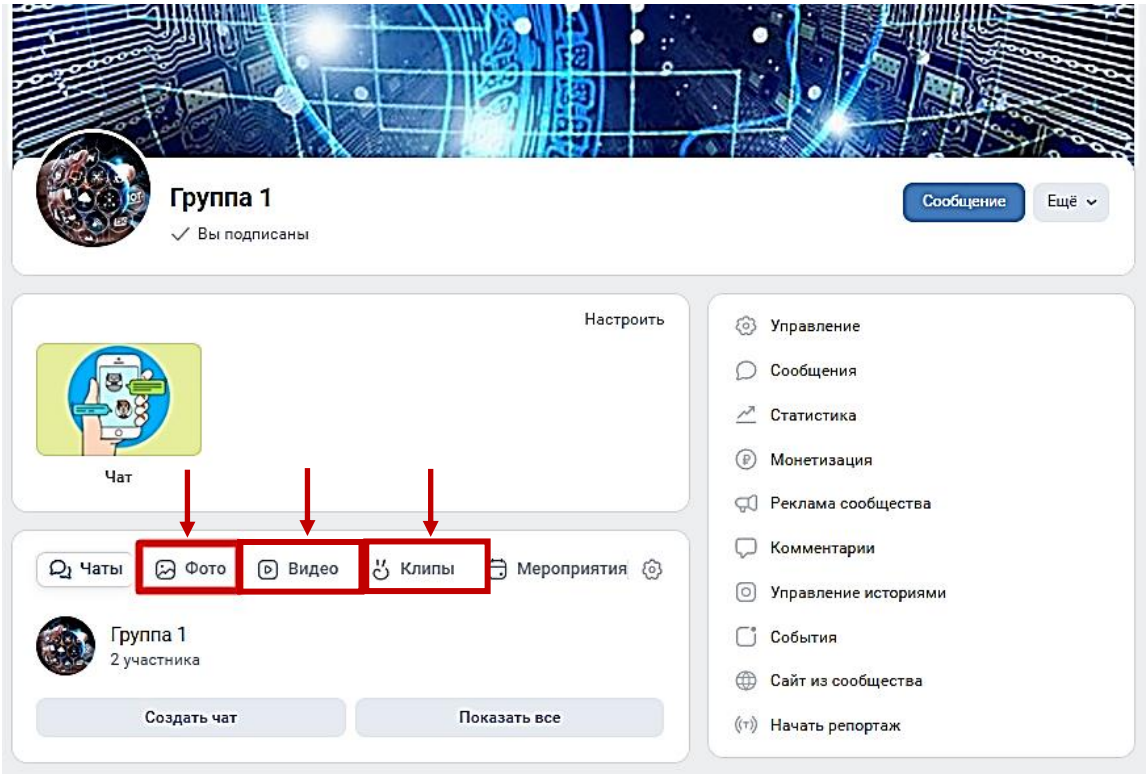


Рисунок 153. Добавление фото, видео, клип в сообщество

В качестве примера, рассмотрим добавление фотографии (рис. 154).

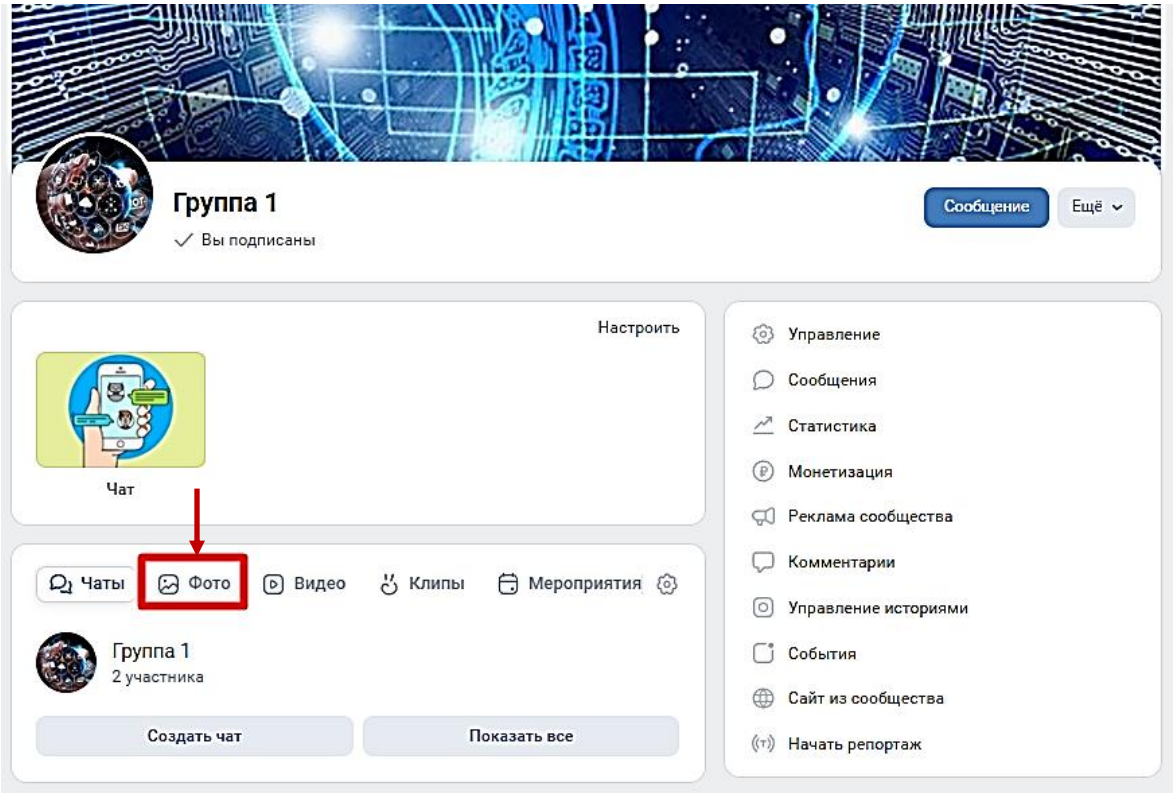


Рисунок 154. Добавление фото/изображения в сообщество

Нажмите кнопку «Добавить фото» (1). В открывшемся окне, на вашем цифровом устройстве, выберите необходимое изображение/фотографию (2). Нажмите кнопку «Открыть» (3) (рис. 155).

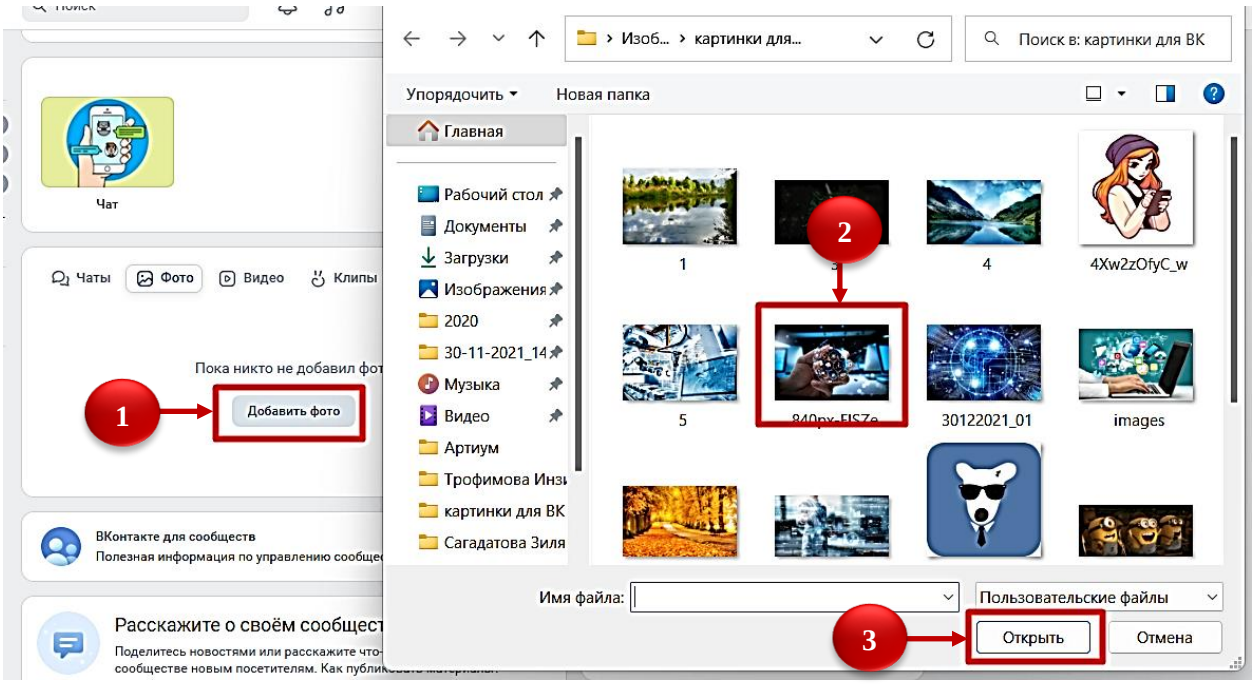


Рисунок 155. Добавление фото/изображения в сообщество

Фотография/изображение размещено в основной альбом сообщества. Для добавления следующей фотографии и/или изображения нажмите кнопку «Добавить фотографии» и аналогичном образом выбирайте и размещайте нужные фотографии (рис.156).

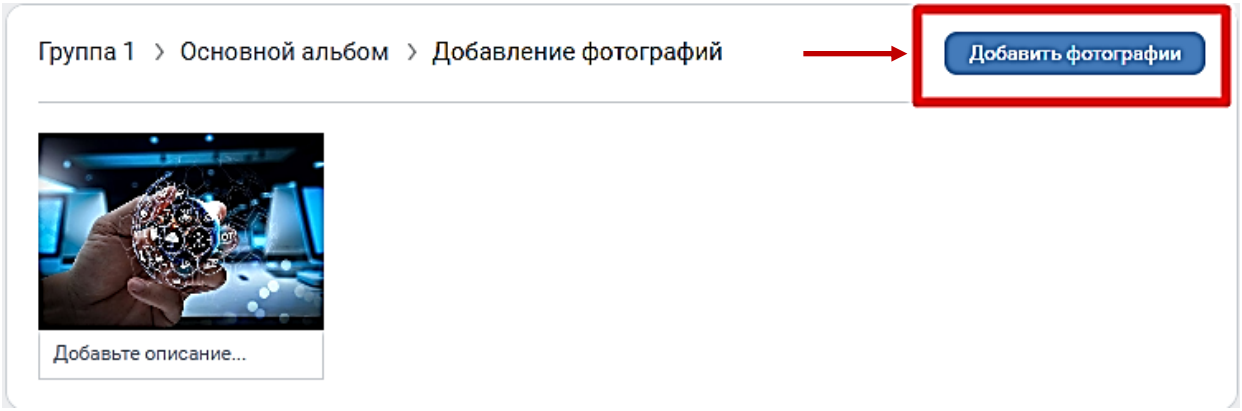


Рисунок 156. Добавление фото и/или изображения в сообщество

Выбранные фотографии и/или изображения добавлены в сообщество (рис.157).



Рисунок 157. Добавление фото/изображения в сообщество

Также фотографии, видеозаписи, аудиозаписи можно добавить на стену сообщества. Стена сообщества – это пространство, где размещаются различные записи: фотографии, видеозаписи, аудиозаписи, статьи, опросы, файлы и т.д.

В качестве примера, рассмотрим добавление видеозаписи на стену сообщества (рис. 158).

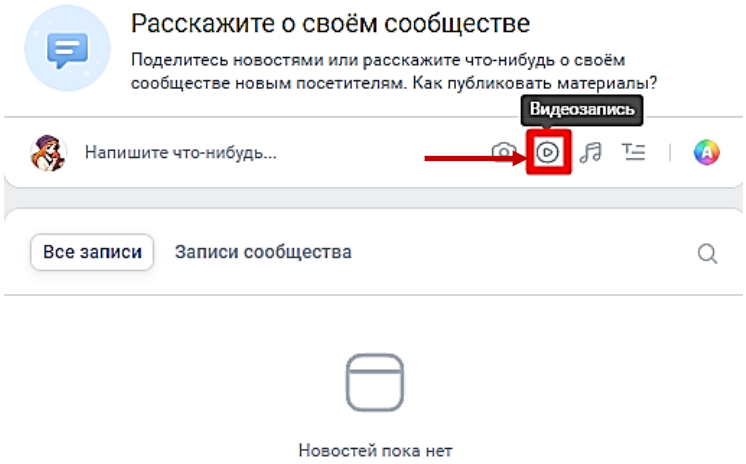


Рисунок 158. Размещение видеозаписи на стену сообщества

В открывшемся окне, в поле, введите название видеозаписи (1) и нажмите кнопку, изображенную в виде «лупы» (2). Из списка выберите нужную видеозапись, для чего отметьте ее галочкой (3). Нажмите кнопку «Прикрепить 1 видеозапись» (4) (рис. 159).



Рисунок 159. Размещение видеозаписи на стену сообщества

Далее нажмите кнопку «Опубликовать» (рис.160). Видеозапись размещена на страницу сообщества.

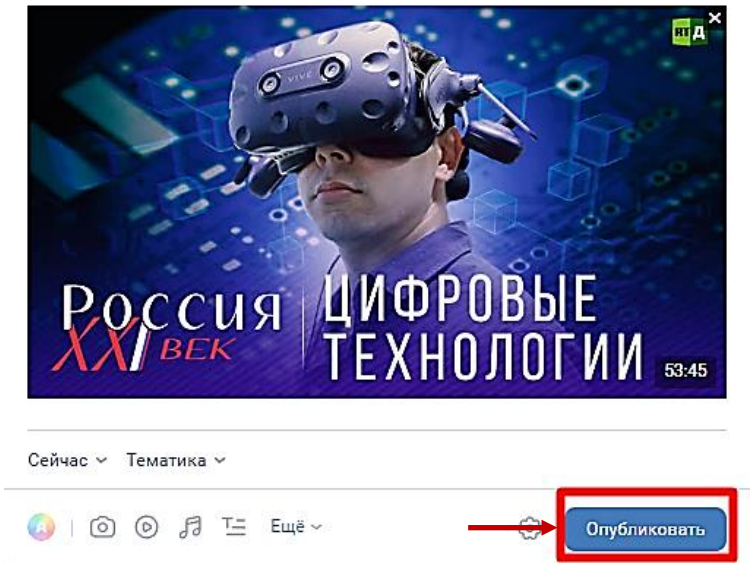


Рисунок 160. Размещение видеозаписи на стену сообщества

Для добавления видеозаписи, расположенной на вашем цифровом устройстве, нажмите на область «Загрузить видео» (рис.161).

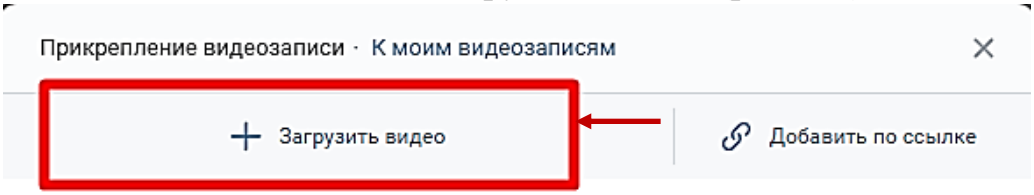


Рисунок 161. Размещение видеозаписи на стену сообщества

В открывшемся окне выберите нужную видеозапись (1). Нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 162)

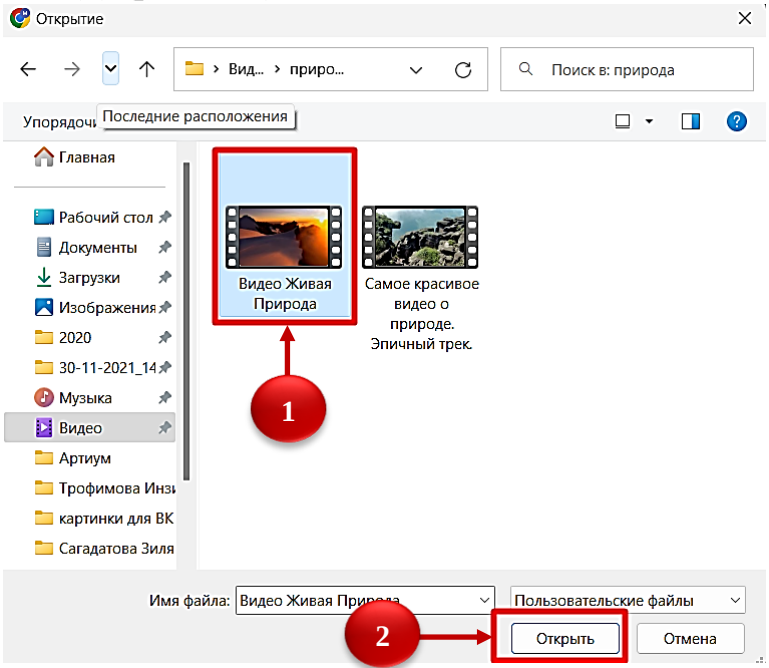


Рисунок 162. Размещение видеозаписи на стену сообщества

Далее, нажмите кнопку «Опубликовать» (рис.163). Видеозапись размещена на страницу сообщества.

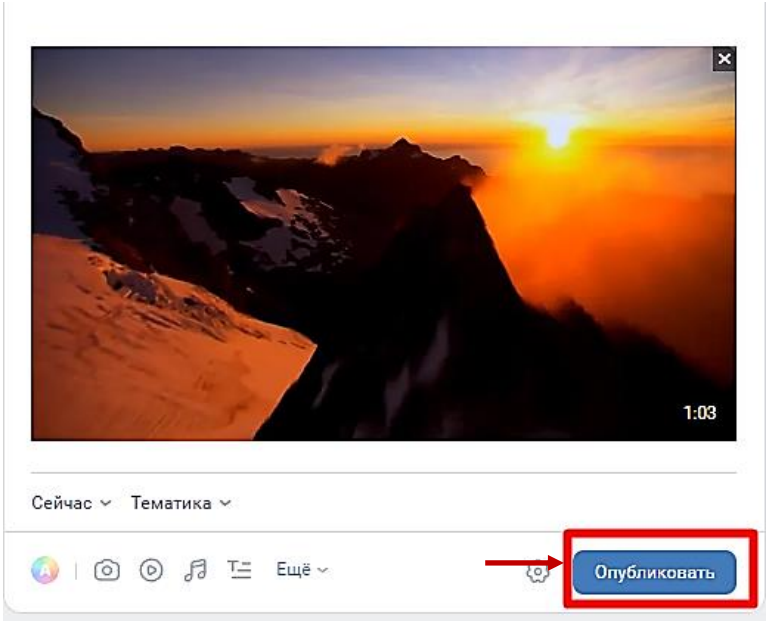


Рисунок 163. Размещение видеозаписи на стену сообщества

Размещение опроса на стену сообщества. Опрос позволяет выяснить мнение определенной группы людей, подвести некую статистику, которая может быть полезна в принятии каких-либо решений. Опрос можно создать и разместить в сообщениях с пользователями, в чатах, на стене вашего профиля и на стене сообщества. Алгоритм добавления опроса в данных вариантах аналогичен. Рассмотрим размещение опроса на стену сообщества.

Для добавления опроса на стену сообщества нажмите кнопку «Ещё» (1). Из раскрывающегося списка выберите строку «Опрос» (2) (рис. 164).

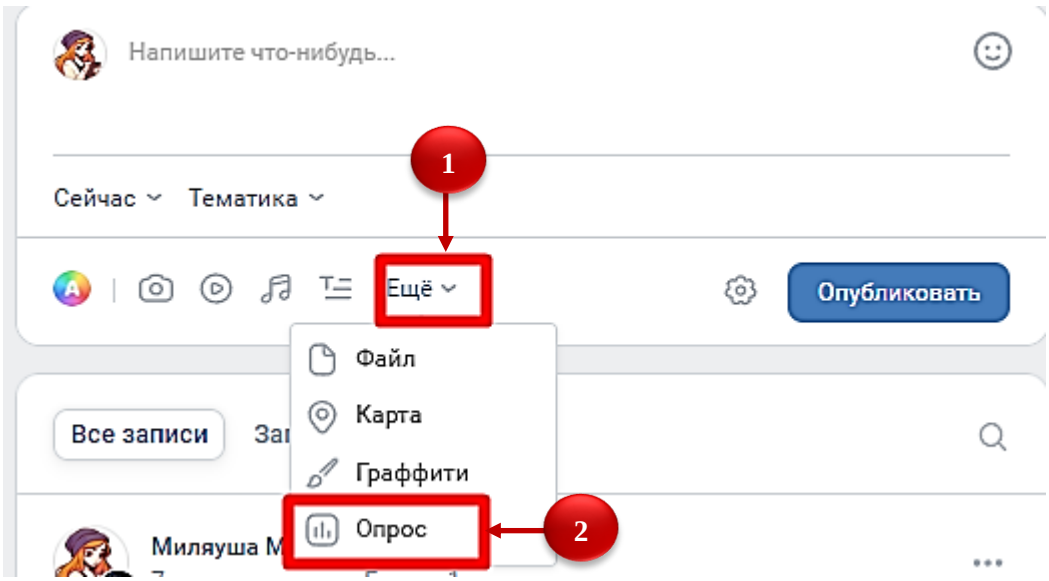


Рисунок 164. Размещение опроса на стену сообщества

В открывшемся окне заполните поля. В поле «Тема опроса» напишите вопрос, предназначенный для опроса. В разделе «Варианты ответа» укажите варианты ответа, один или несколько, из которых необходимо осуществить выбор. Выберите параметр, определяющий общий фон опроса. Для этого выберите нужный фон левой кнопкой мыши. В разделе «Настройки опроса» установите галочки на нужные вам параметры, а именно:

- анонимный опрос – будет видна лишь статистика голосов за каждый ответ, без имён конкретных пользователей,
- выбор нескольких вариантов – возможность выбора более одного ответа,
- запретить отмену голоса – после выбора ответов, пользователи не смогут изменить свой выбор,
- ограниченное время голосование – возможность выбора ответов закончится в указанное Вами время.

Далее, нажмите кнопку «Опубликовать» (рис. 165).



Рисунок 165. Размещение опроса на стену сообщества

Ваш опрос размещен на стене сообщества (рис.166).

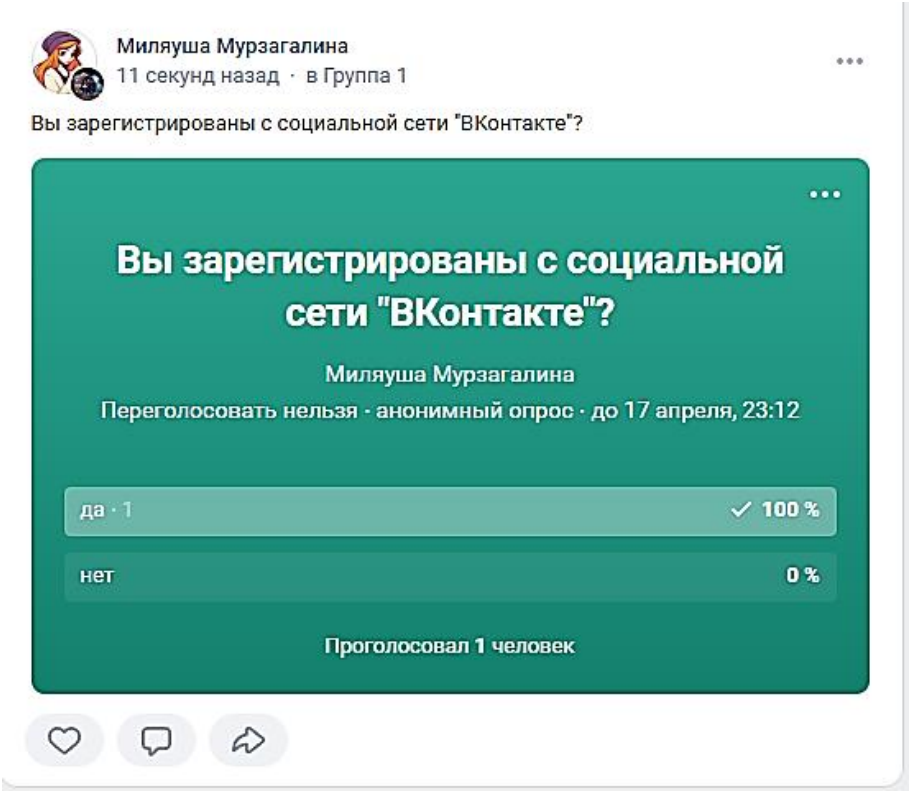


Рисунок 166. Размещение опроса на стену сообщества

В данном параграфе мы рассмотрели основной функционал и возможности его применения при работе в социальной сети «ВКонтакте». Применение данного функционала в профессиональной деятельности позволяет повысить эффективность и качество взаимодействия со всеми участниками, выстраивания социальной коммуникации, а также качество размещаемого контента.



ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 2

1. Зарегистрируйте аккаунт в социальной сети «ВКонтакте».
2. Настройте свой профиль в социальной сети «ВКонтакте».
3. Создайте сообщество типа «Группа». Оформите сообщество.
4. Создайте сообщество типа «Мероприятие». Оформите сообщество.
5. Осуществите настройки сообщества.
6. Разместите опрос в сообществе.
7. Создайте фотоальбом мероприятий.
8. Создайте чат, прикрепите изображение и отправьте его участникам.
9. Опубликуйте запись на странице сообщества или учетной записи.
10. Создайте звонок по ссылке. Направьте его другу.



ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 2

1. К отечественным социальным сетям относятся (выберите несколько вариантов ответа):

а) ВКонтакте;
б) YouTube;
в) Instagram;
г) Facebook.

2. Сообщество – это …

а) человек, подписанный на ваш аккаунт или сообщество;
б) страница, созданная с целью предоставления информации о компании, бренде, персоне или на определенную тему;
в) группа людей, объединенных одними взглядами, идеями, интересами или событиями, являющихся пользователями одной и той же социальной сети;
г) учетная запись пользователя в социальных сетях.

3. ВКонтакте – это …

а) социальная сеть для общения и взаимодействия с пользователями;
б) облачный сервис, позволяющий создавать и форматировать электронные таблицы;
в) бесплатный инструмент для сбора информации с помощью опросов, форм обратной связи и тестирования;
г) онлайн-приложение, позволяющее создавать и редактировать презентации.

4. Укажите год создания социальной сети ВКонтакте.

а) 2005;
б) 2006;
в) 2007;
г) 2008.

5. Основным способом публикации информации в сообществе в социальной сети «ВКонтакте» являются…

а) записи;
б) сообщения;

в) обсуждения;

г) комментарии.

6. Выберите официальный электронный адрес социальной сети «ВКонтакте».

а) vk.ru;

б) vk.com;

в) vk.org;

г) vk.рф.

7. Выберите типы сообществ (выберите несколько вариантов ответа).

а) группа;

б) публичная страница;

в) мероприятие;

г) бизнес.

8. Выберите правильное определение понятия «группа».

а) сообщество, контент в котором доступен всем пользователям социальной сети «ВКонтакте»;

б) сообщество в социальной сети, пользователи которого объединены общими интересами, являющимися темой сообщества;

в) группа, деятельность которой посвящена определенному событию, проводимому в онлайн или оффлайн формате;

г) совокупность команд, обеспечивающих управление диалоговыми программными продуктами, операционными системами и приложениями.

9. Регистрация учетной записи в социальной сети «ВКонтакте» осуществляется …

а) на телефонный номер;

б) на адрес электронной почты;

в) на адрес сайта;

г) на российский паспорт.

10. Выберите основные разделы социальной сети «ВКонтакте» (выберите несколько вариантов ответа).

а) «Моя страница»;

б) «Новости»;

в) «Друзья»;

г) «Объявления».

ГЛАВА 3.
ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ОДНОКЛАССНИКИ» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

§3.1. Социальная сеть «Одноклассники»: структура и содержание

Социальная сеть «Одноклассники» является одним из наиболее популярных и широко используемых интернет-сервисов в России и странах СНГ. «Одноклассники» представляют собой многофункциональную онлайн-платформу, которая позволяет пользователям общаться, находить друзей и знакомых, обмениваться информацией, создавать профиль пользователя с фотографией и информацией о себе, приглашать друзей к виртуальному общению, загружать фото, аудио и видеозаписи, а также создавать группы по интересам и тематические сообщества.

История социальной сети «Одноклассники» начинается в 2006 году, когда ее основатель Альберт Попков решил создать сайт для поиска одноклассников, однокурсников и сослуживцев. За короткий промежуток времени проект стал успешным и привлек множество пользователей, став одним из лидеров на рынке социальных сетей.

Однако приток новых пользователей заметно снизился в период с 2008 по 2010 год. Это было связано с тем, что регистрация в «Одноклассниках» стала платная. По утверждению разработчиков, это решение было связано с противодействием «спамерам». Пользователи такую «новацию» восприняли крайне негативно и в 2010 году платная регистрация в социальной сети «Одноклассники» была отменена.



Спам – это массовая рассылка сообщений без согласия получателя, а также размещение опасных вредоносных ссылок на информационных ресурсах. Сообщения, как правило, отправляются по электронной почте, мессенджерам, на сайтах и социальных сетях. Отправителей таких сообщений называют «**спамерами**».

На сегодняшний день сайт социальной сети «Одноклассники» полностью принадлежит холдингу «Mail.ru Group» и предоставляет пользователям широкий спектр возможностей, таких как:

- регистрация и авторизация через аккаунт в социальных сетях;
- создание личной страницы с информацией о себе, своими фотографиями и видео;

- обмен сообщениями с другими пользователями;
- возможность создания групп, публичных страниц и тематических сообществ;
- публикация записей, фотографий и видео на своей странице или в группе;
- участие в обсуждениях, комментирование записей и фотографий других пользователей;
- использование встроенного мессенджера для общения с другими пользователями «Одноклассников».

В настоящее время аудитория социальной сети представлена всеми категориями пользователей Интернета. 40 млн. пользователей – ежемесячная посещаемость социальной сети в России. Самая большая посещаемость в г. Москва, г. Екатеринбург, г. Краснодар. 14 минут – среднее время нахождения пользователя в социальной сети в день. 1,2 млн. – созданных бизнес-аккаунтов. 39 млн. – количество товаров малого бизнеса.

Ежемесячно пользователи «Одноклассников» отправляют около 84,4 млн. сообщений. 73% пользователей заходит в социальную сеть через мобильные устройства, где 87% – пользователи Android, 13% пользователи иных платформ. Больше всего пользователей – в возрасте от 30 до 55 лет.

В 2023 году реализовано важное стратегическое направление, ориентированное на привлечение блогеров на свою платформу. В результате количество новых групп увеличилось на 35% по сравнению с 2022 годом, а количество блогеров увеличилось в 3 раза.

Социальная сеть «Одноклассники» включает в себя несколько разделов:

- Главная страница. На данной странице отображаются последние новости, обновления, события и другая актуальная информация.
- Профиль пользователя. Каждый пользователь имеет свой профиль, где он может редактировать свои данные, загружать фотографии, видео и делиться ими с другими пользователями.
- Лента новостей. В ленте новостей отображаются посты, фотографии, видеоролики и другие обновления на страницах пользователей, добавленных в друзья, а также групп и сообществ, на которые подписан пользователь.
- Сообщения. В данном разделе пользователи могут отправлять и получать сообщения от других пользователей.
- Группы и сообщества. Вы можете создавать группы самостоятельно или вступать в уже ранее созданные. В группах вы можете участвовать в обсуждениях и делиться своим мнением, размещать посты и фотографии.

- Игры и приложения. Социальная сеть «Одноклассники» предлагают большой выбор полезных приложений, которые можно использовать прямо на сайте.
- Мероприятия. Пользователи могут создавать и принимать участие в различных мероприятиях, таких как концерты, выставки, встречи, форумы и т.д.
- Настройки. В этом разделе пользователи могут настроить свой профиль, двухфакторную аутентификацию, изменить пароль, включить или отключить уведомления и другие функции.
- Помощь. Здесь можно найти ответы на часто задаваемые вопросы, а также обратиться в службу технической поддержки для решения возникших проблем.

Интерфейс сайта социальной сети «Одноклассники» отличается простотой и удобством использования. На главной странице расположены основные элементы, такие как лента новостей, сообщения, игры и приложения. В верхней части сайта находится панель с логотипом «Одноклассники», кнопкой входа и ссылками на основные разделы сайта.

Профиль пользователя имеет интуитивно понятный интерфейс. Здесь можно изменить свои данные, загрузить фотографии, видео и музыку, а также настроить приватность своего аккаунта.

Раздел «Группы и сообщества» позволяет пользователям находить группы по интересам и присоединяться к ним. Здесь можно просматривать новости групп, оставлять комментарии и участвовать в обсуждениях.

Игры и приложения представлены в виде каталога, где можно выбрать игру по жанру, сложности и другим параметрам. Также на сайте есть раздел «Мероприятия», где можно найти концерты, выставки и другие события, которые проходят в вашем городе.

Настройки профиля позволяют изменять пароль, настраивать уведомления и выбирать язык интерфейса. Также на сайте есть раздел «Помощь», где можно получить ответы на вопросы о работе сайта и его функциях.

§3.2. Основы работы в социальной сети «Одноклассники»

Регистрация в социальной сети «Одноклассники»

Работа с социальной сетью «Одноклассники» начинается с запуска приложения на цифровом устройстве (персональном компьютере, ноутбуке, смартфоне, планшете и т.д.) и авторизации под своим личным логином и паролем. Для работы с социальной сетью «Одноклассники» на мобильном цифровом устройстве вам понадобится специальное приложение.

Для использования приложения «Одноклассники», необходимо скачать и установить его на своё цифровое устройство (смартфон, планшет). Если у Вас цифровое устройство под управлением операционной системы Android, необходимо зайти в приложение Play Market, владельцам цифровых устройств, работающих на операционной системе iOS (iPhone, iPad), необходимо будет воспользоваться приложением «App Store» (рис. 167).



Рисунок 167. QR-коды для загрузки приложения «Одноклассники» в Play Market/App Store

После открытия приложения Play Market/App Store, в поисковой строке напишите название искомого приложения: «Одноклассники». В предложенном списке выберите приложение «Одноклассники» и нажмите кнопку «Установить». После загрузки и установки приложения «Одноклассники», вы можете его запустить.

Большинство пользователей используют мобильные цифровые устройства, но работать в социальной сети «Одноклассники» можно также с ноутбука или персонального компьютера. Для этого вам потребуется любой интернет браузер (Яндекс Браузер, Chrome, Mozilla Firefox, Амиго и др.). В адресной строке интернет браузера наберите адрес сайта социальной сети https://ok.ru/. Перейдя по данному адресу, вы окажитесь на главной странице

сайта «Одноклассники». Если вы не авторизованы в социальной сети, то откроется страница входа и регистрации (рис 168).

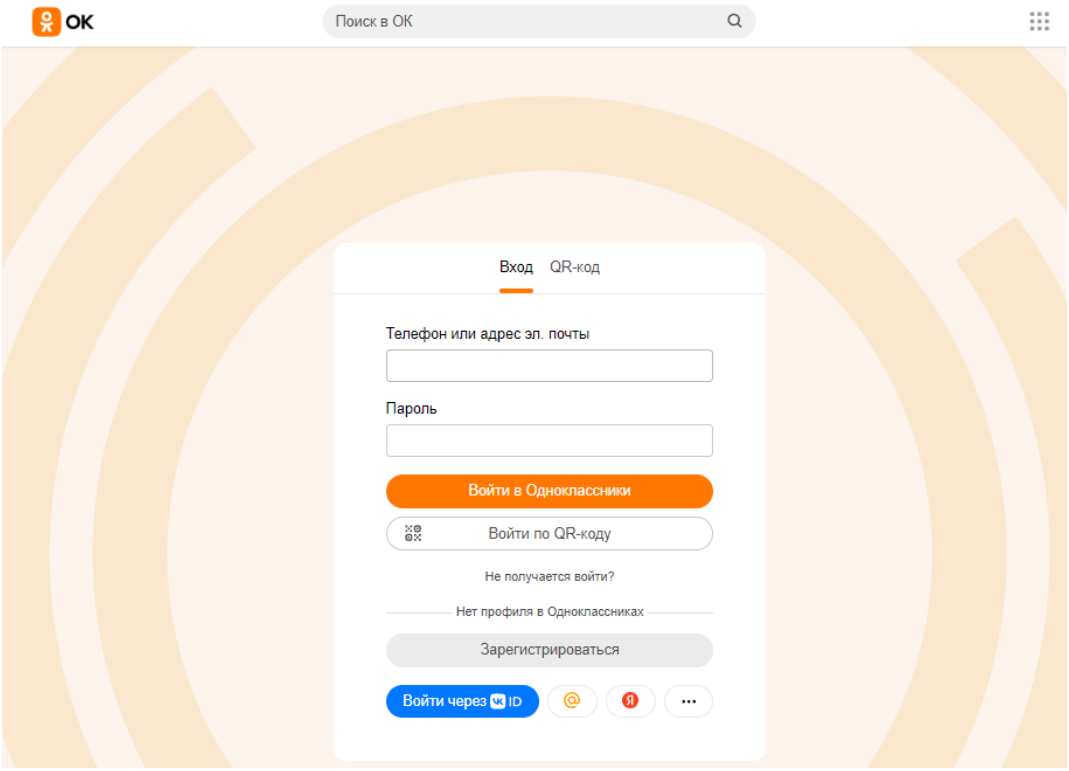


Рисунок 168. Главная страница сайта «Одноклассники» (неавторизованный пользователь)

Для использования социальной сети «Одноклассники» необходимо зарегистрироваться. Для этого нажмите кнопку «Зарегистрироваться» (рис. 169).

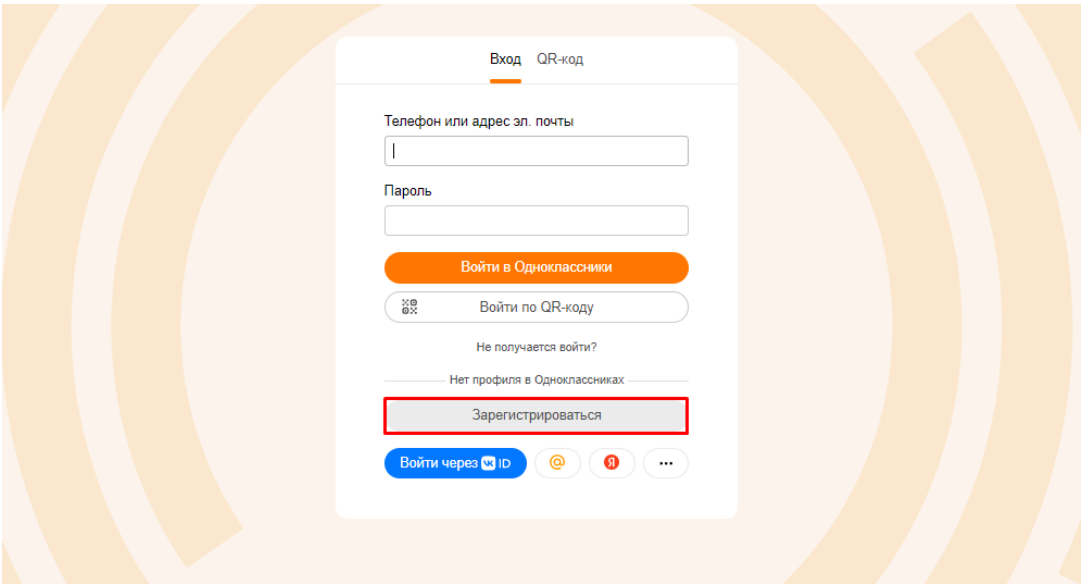


Рисунок 169. Регистрация нового аккаунта в социальной сети

Далее, в специальные поля необходимо ввести номер телефона и при необходимости выбрать регион. После заполнения всех полей нажмите кнопку «Далее» (рис. 170).

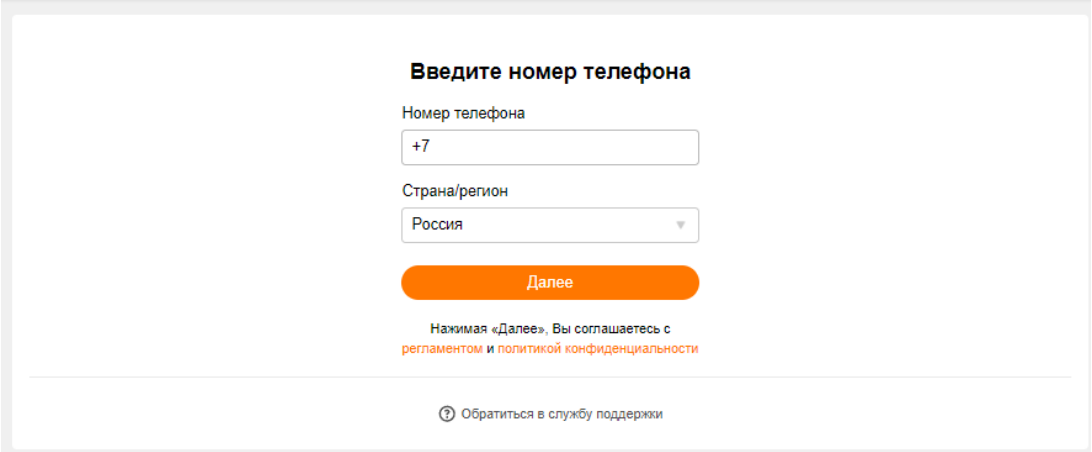


Рисунок 170. Регистрация. Ввод номера телефона и выбор региона

Откроется страница с полем для ввода специального проверочного кода. На указанный номер телефона поступит sms-сообщение, в котором будет указан данный код. Код, состоящий из 6 цифр, необходимо ввести в поле «Введите код из СМС». После чего нажмите кнопку «Далее» (рис. 171).

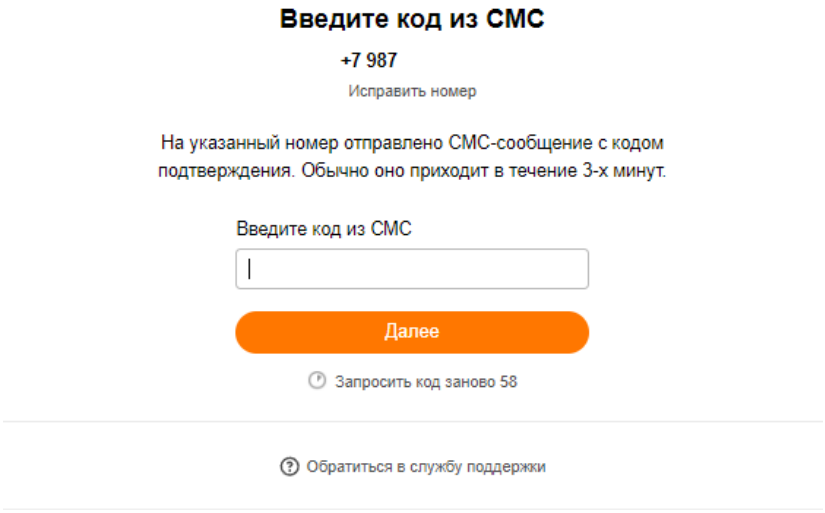


Рисунок 171. Регистрация. Ввод проверочного кода

Далее откроется страница, где необходимо указать уникальный и надежный пароль. Пароль должен быть достаточно сложным и состоять из нескольких строчных и заглавных букв, цифр и специальных символов. При необходимости вы можете сгенерировать пароль при помощи отечественного онлайн сервиса https://randomus.ru/password. Очень важно запомнить пароль, в противном случае вам придется проходить процедуру его восстановления.

Введите пароль в соответствующее поле и нажмите кнопку «Далее» (рис. 172).

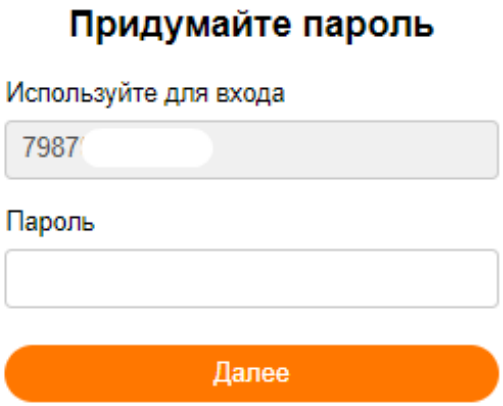


Рисунок 172. Регистрация. Создание и ввод пароля

Далее, в открывшемся окне, заполните следующие поля: «Имя», «Фамилия», «Дата рождения», укажите пол (мужской/женский). После заполнения всех предложенных полей нажмите кнопку «Далее» (рис. 173). По завершению данных шагов аккаунт будет создан и готов для дальнейшего использования.

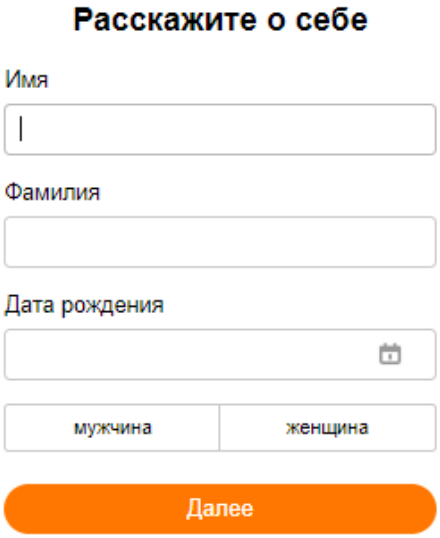


Рисунок 173. Регистрация. Ввод данных о пользователе

Основной функционал социальной сети «Одноклассники»

Главная страница социальной сети представлена новостной лентой, информацией о текущем пользователе, фотографией и различными функциональными разделами (рис. 174).

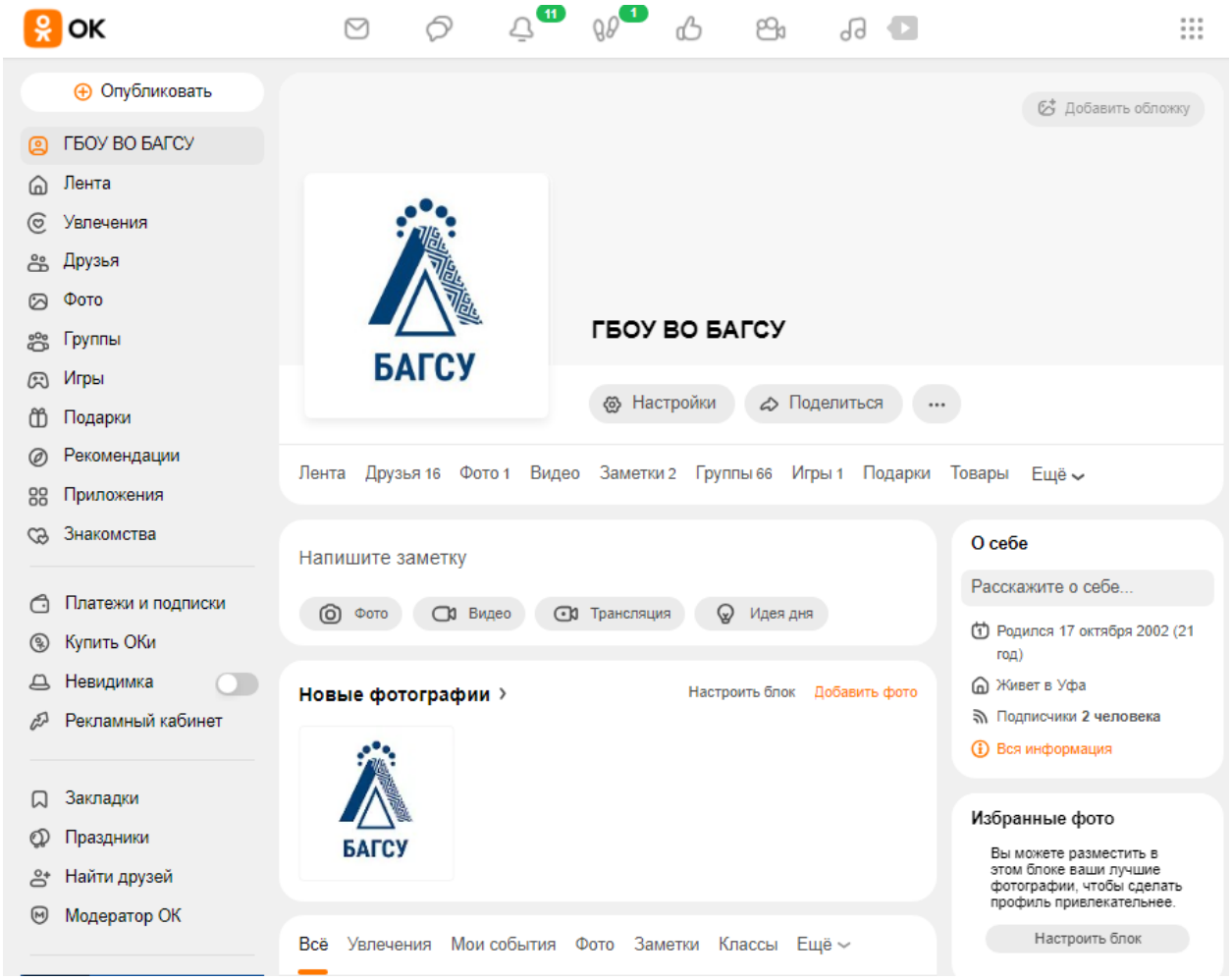


Рисунок 174. Главная страница сайта «Одноклассники»

Первым в списке отображается раздел с указанием имени и фамилии пользователя – это страница профиля, где находится информация о пользователе. В данном разделе можно указать более подробную информацию о себе, прикрепить фотографии. Перейдите в данный раздел, нажав на кнопку с именем и фамилией пользователя (рис. 175).

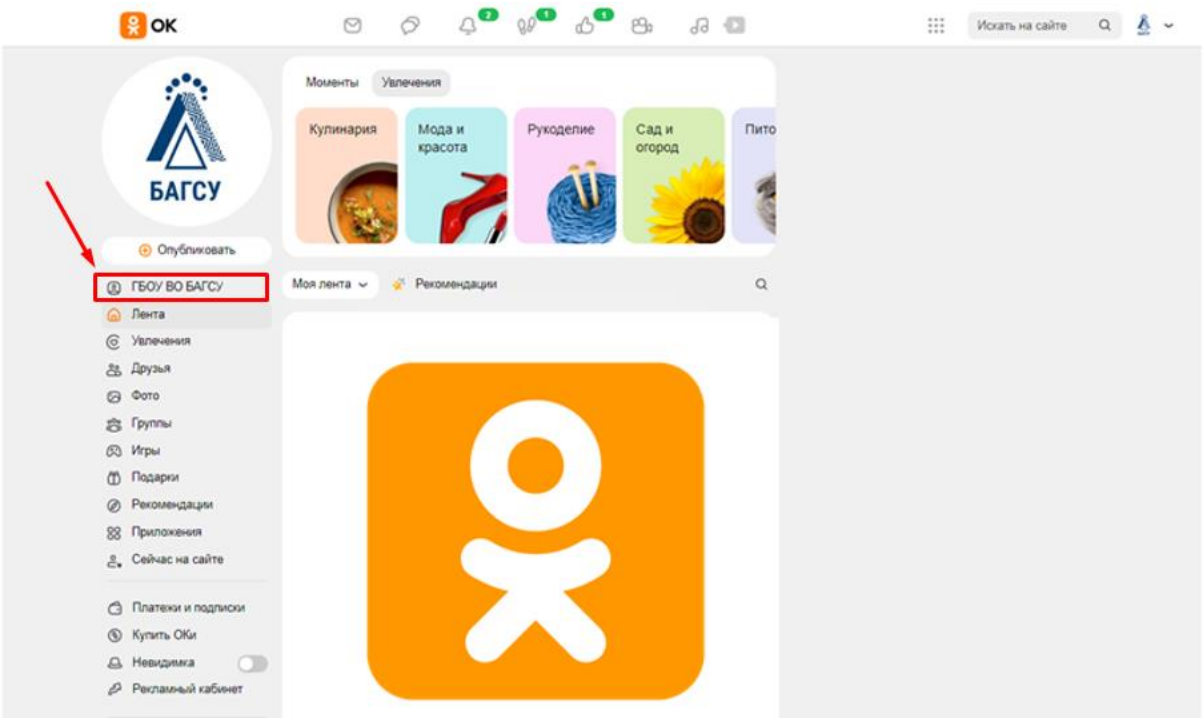


Рисунок 175. Переход на страницу профиля

Откроется страница пользователя, на которой вы видите свою фотографию, имя и фамилию, список друзей и т.д. Здесь также отображаются дополнительные сведения: о себе, учёбе, службе, работе и т.д. Также в данном разделе можно редактировать свою страницу, для чего необходимо нажать кнопку «Настройки» (рис. 176).

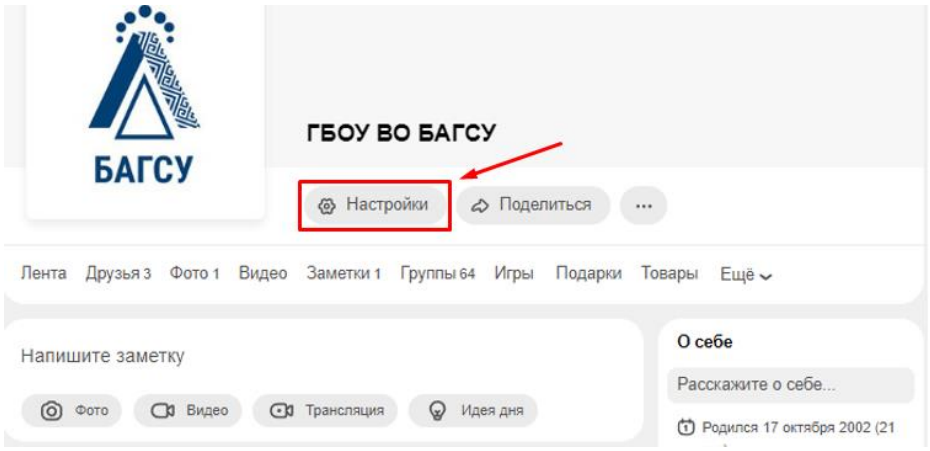


Рисунок 176. Настройки профиля

В открывшемся окне вам будет представлено 11 подразделов для настройки вашего профиля: «Основные», «Публичность», «Моя страничка», «Подарки и платные функции», «Уведомления и оповещения», «История посещений», «Сообщения», «Фото», «Видео», «Сторонние приложения», «Черный список» (рис. 177).

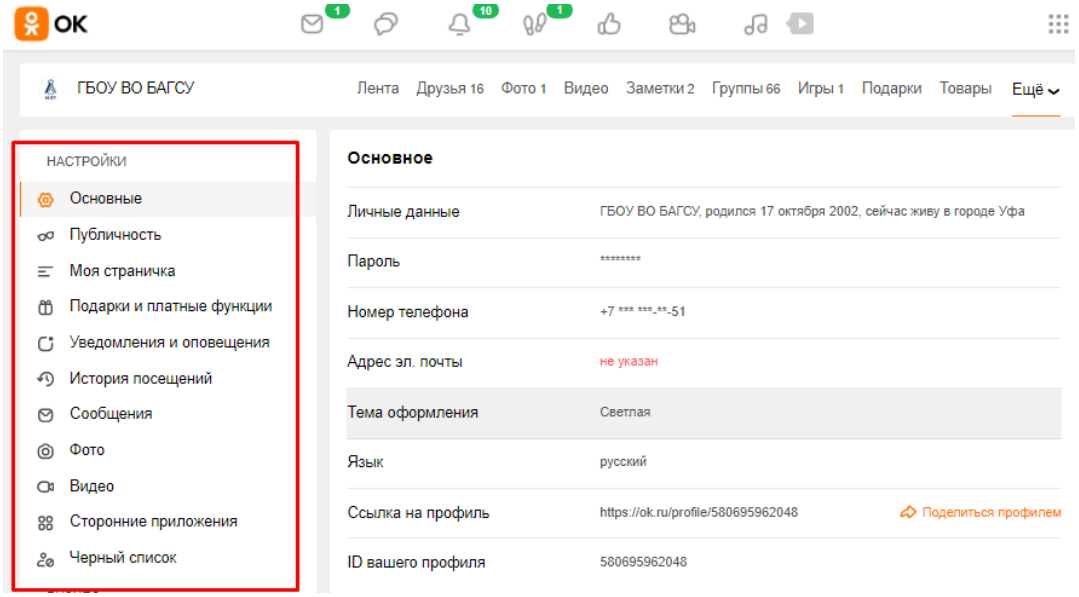


Рисунок 177. Подразделы настроек профиля

Произведем настройки профиля в нескольких подразделах:

Подраздел «Основные»

В данном подразделе вы можете изменить фамилию, имя, отчество, пол, город рождения и проживания, изменить данные для входа, номер телефона, добавить адрес электронной почты, выбрать тему оформления, язык сайта, скорректировать ссылку на страницу профиля, включить двухфакторную защиту. Вся заполненная информация может отображаться на странице вашего профиля (рис. 178).

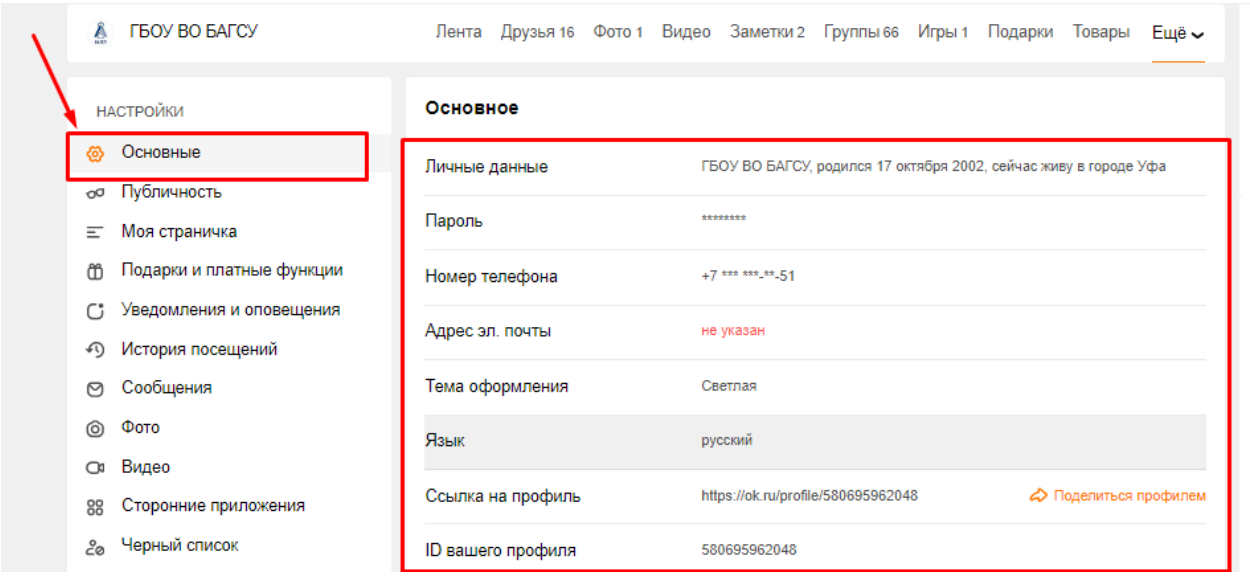


Рисунок 178. Настройка подраздела «Основные»

Подраздел «Публичность». В данном подразделе осуществляется настройка доступа информации, размещаемой на странице вашего профиля (рис. 179).

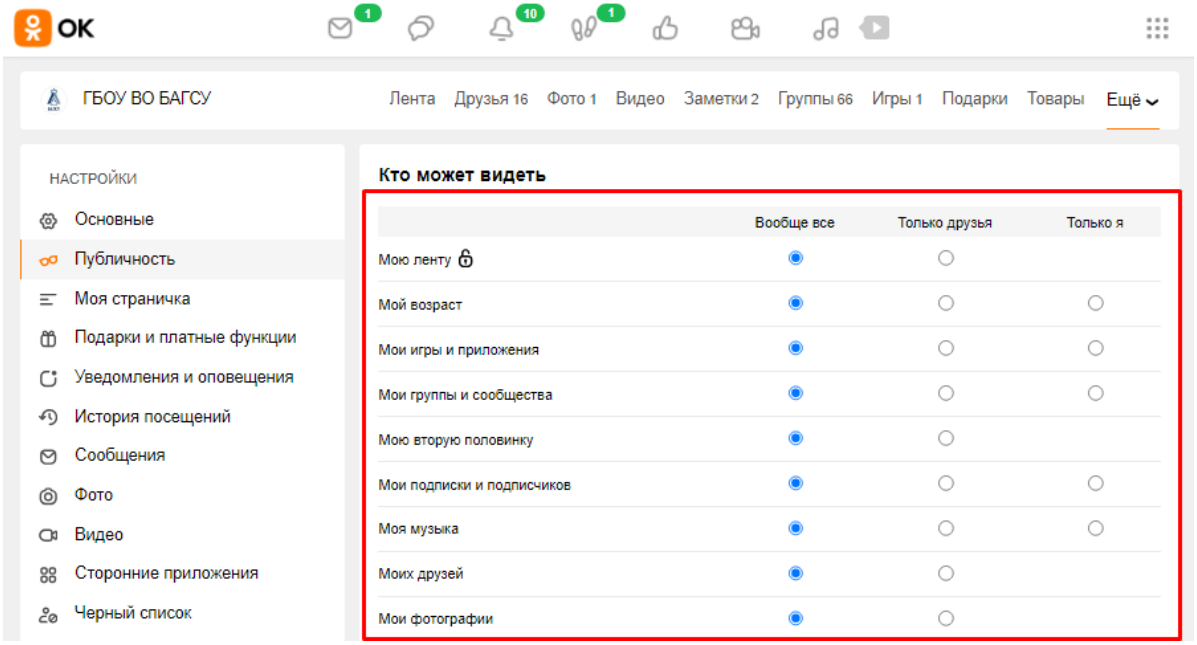


Рисунок 179. Настройка подраздела «Публичность»

Также здесь можно определить, кто может отмечать вас на фотографиях, приглашать в группы, писать сообщения или комментировать ваши публикации (рис. 180).

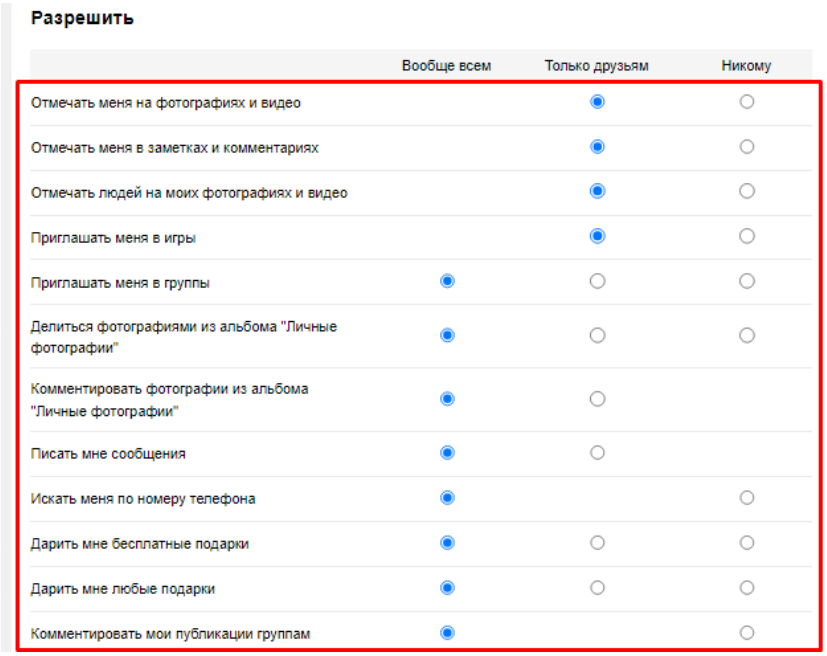


Рисунок 180. Настройка подраздела «Публичность»

Подраздел «Уведомление и оповещение». В данном подразделе осуществляется настройка уведомлений и оповещений (рис. 181).

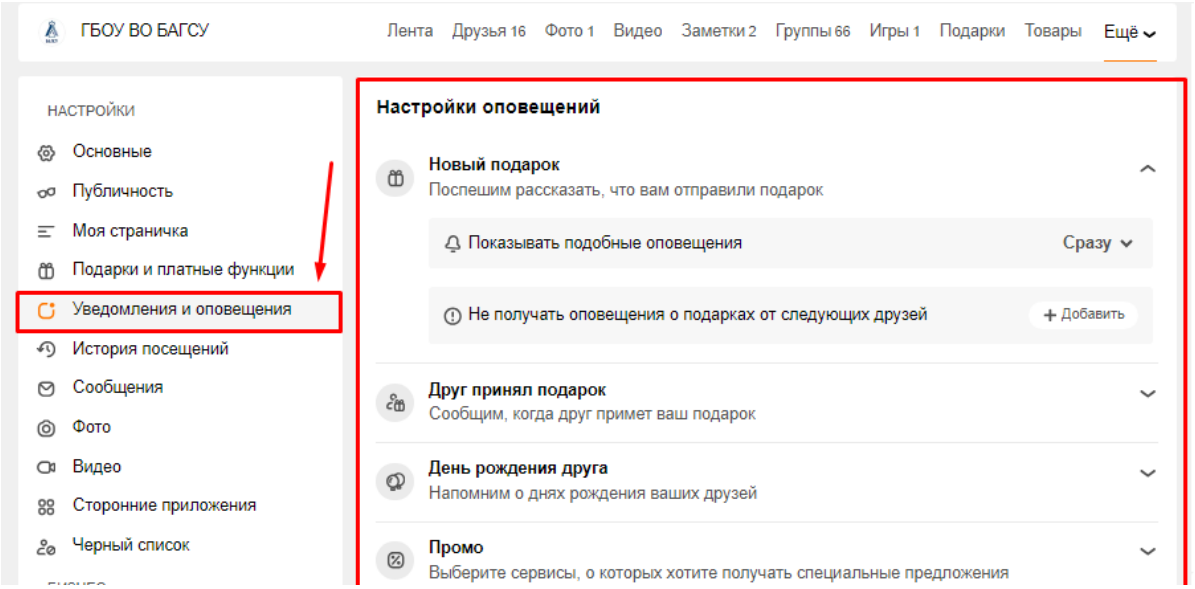


Рисунок 181. Настройка подраздела «Уведомления и оповещения»

Подраздел «История посещений». Важный раздел с точки зрения безопасности. В нем можно посмотреть, откуда происходило подключение к вашему аккаунту, историю подключений за последний месяц, а также закрыть все подозрительные активные сеансы на других устройствах (рис. 182).

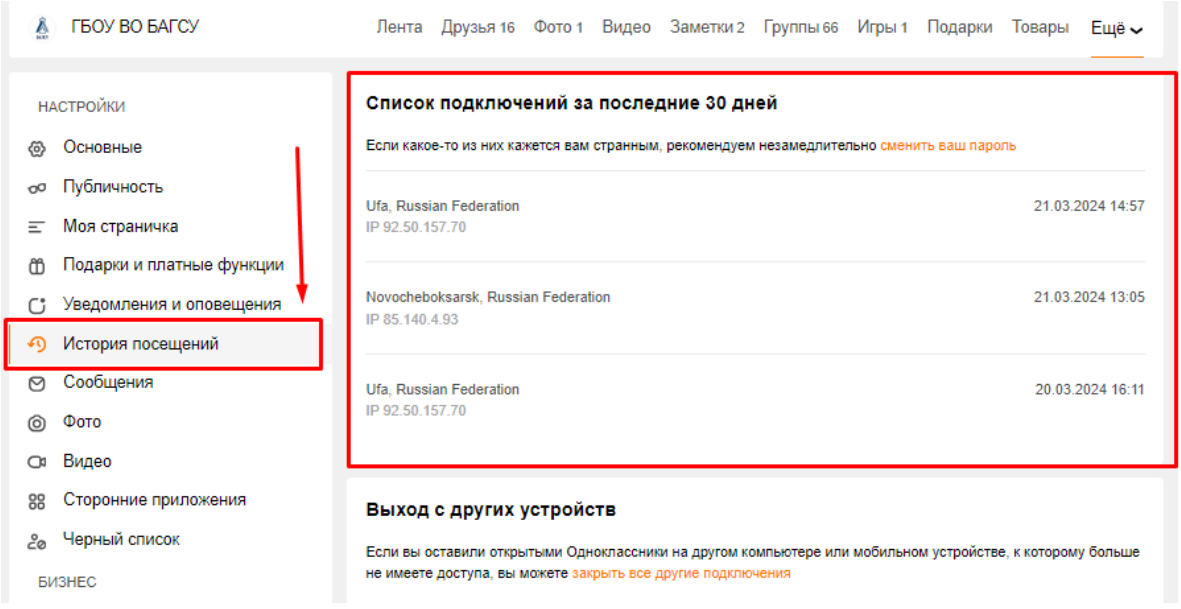


Рисунок 182. Настройка подраздела «История посещений»

Подраздел «Сообщения». В данном подразделе вы можете установить, кто может писать вам сообщения и добавлять в чаты. Также есть очень полезная функция распознавания аудиосообщений и перевода их в текст (рис. 183).

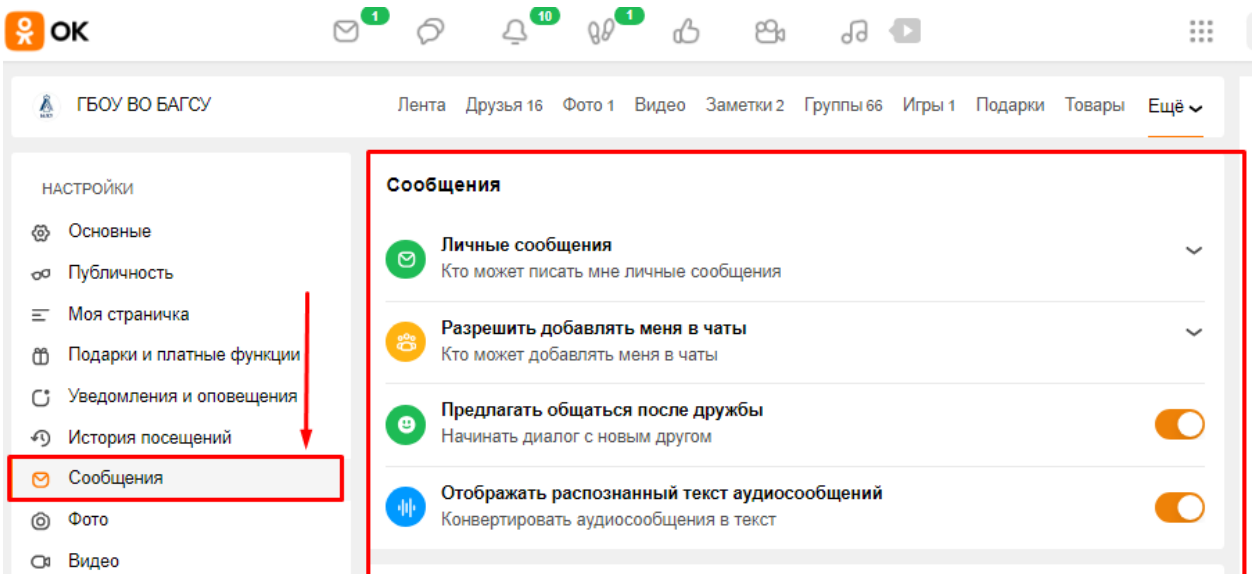


Рисунок 183. Настройка подраздела «Сообщения»

Подраздел «Фото». В данном разделе осуществляется настройка доступности фотографий, размещаемых на странице профиля для пользователей, запрета на их комментирование и обсуждение (рис. 184).

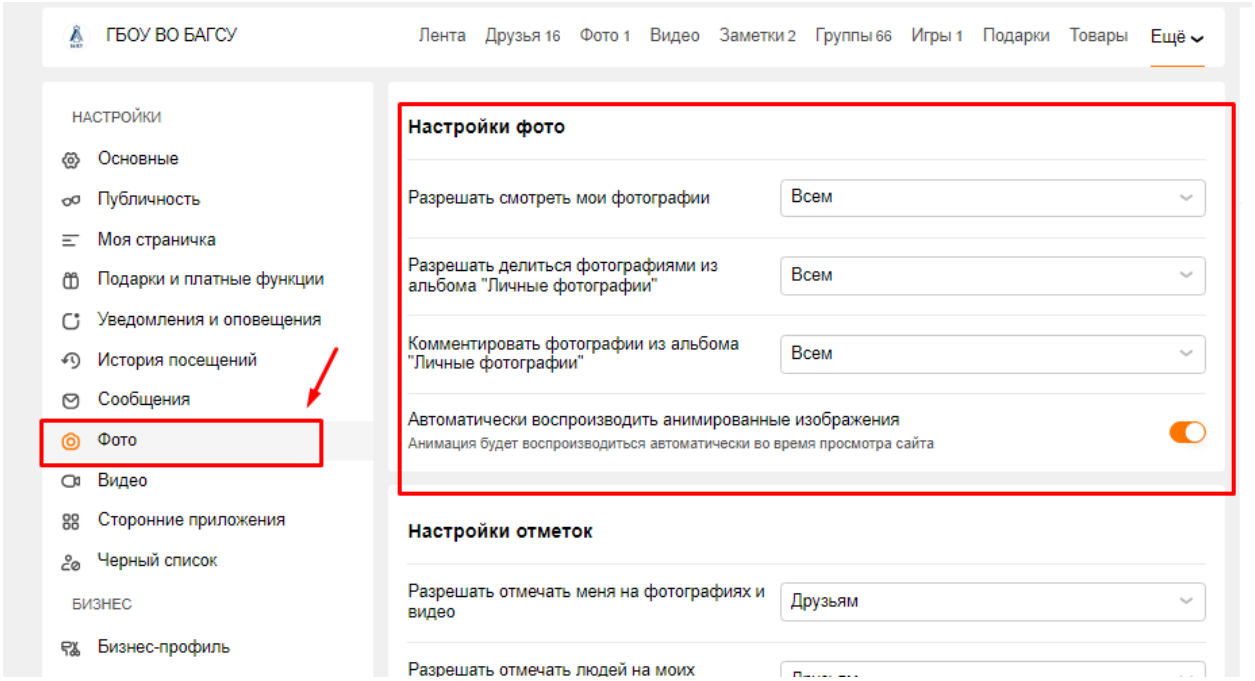


Рисунок 184. Настройка подраздела «Фото»

Подраздел «Видео». Данный подраздел позволяет настроить автоматический запуск видеороликов в «Ленте» или отправленных вам в личные сообщения. Также можно отключить хранение истории просмотра видеороликов в социальной сети (рис. 185).

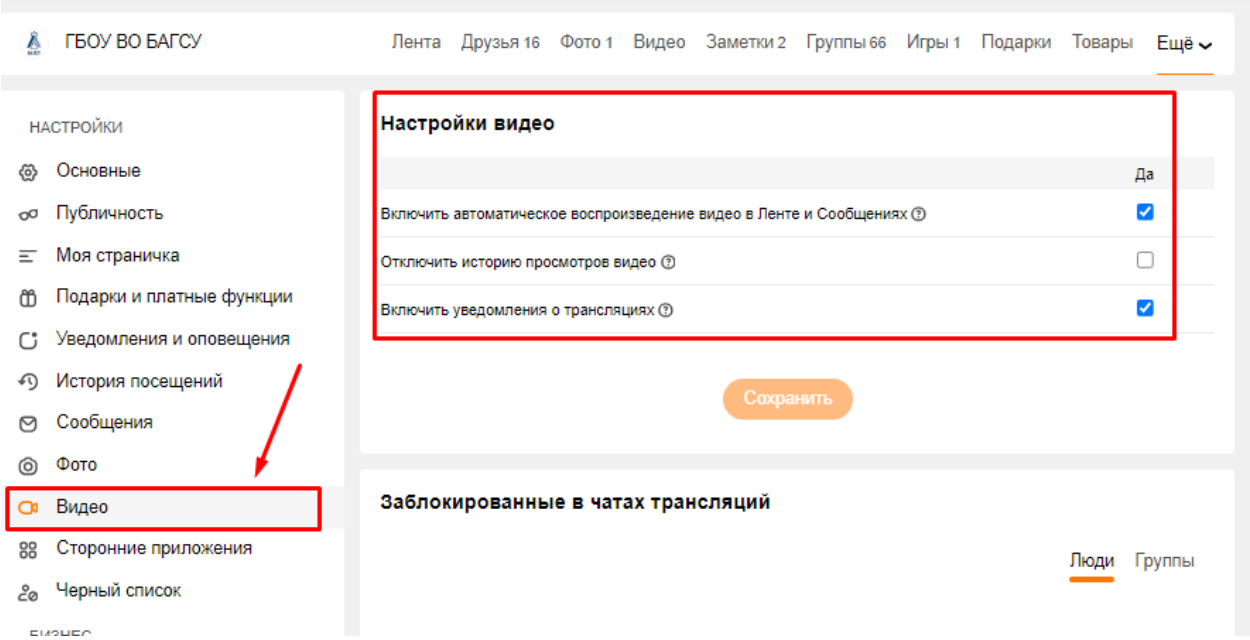


Рисунок 185. Настройка подраздела «Видео»

Подраздел «Черный список». Позволяет настроить отображение заблокированных вами пользователей и групп с возможностью их разблокировки (рис. 186).

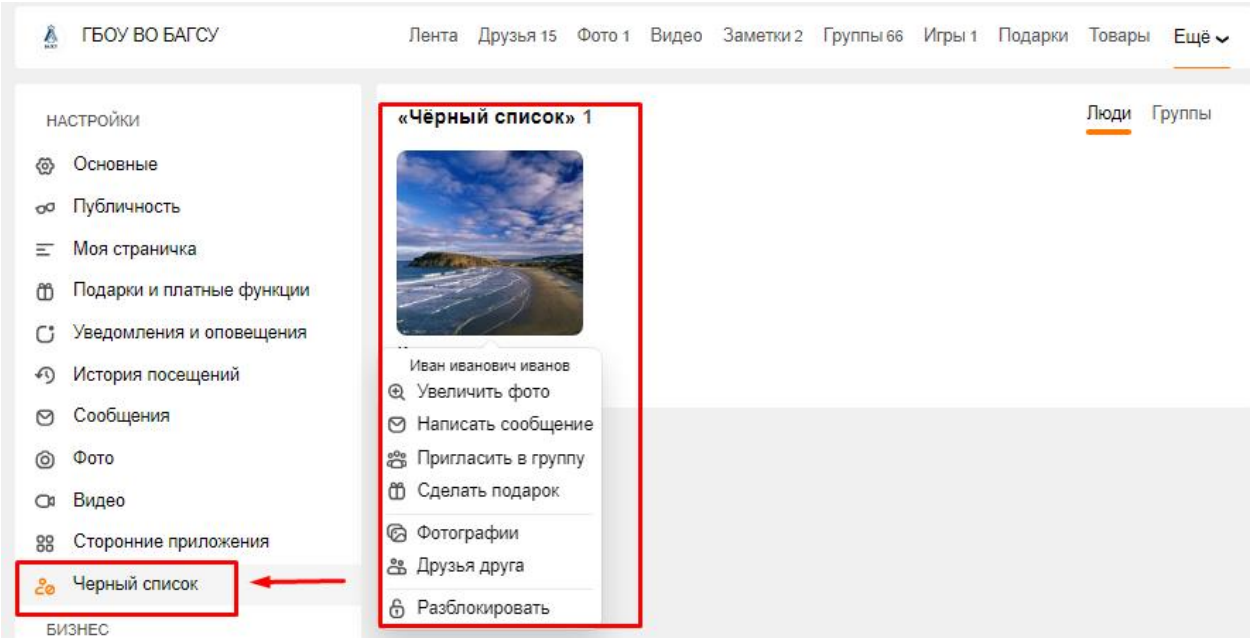


Рисунок 186. Настройка подраздела «Черный список»

После тог, как Вы произвели настройки профиля, перейдите на главную страницу сайта «Одноклассники». Для этого нажмите кнопку «ОК», находящуюся в верхнем левом углу окна (рис. 187).

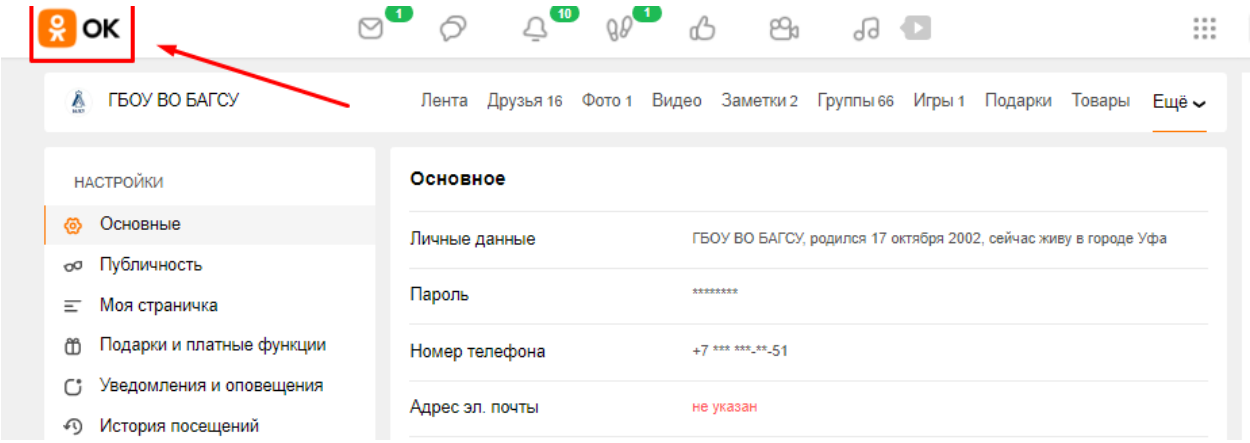


Рисунок 187. Переход на главную страницу сайта

Переходя на главную страницу сайта «Одноклассники» вы автоматически попадаете **в раздел «Лента».** В данном разделе отображаются новые посты сообществ, информация о добавленных постах, фотографиях пользователей, смена статусов друзей и т.д. (рис. 188).

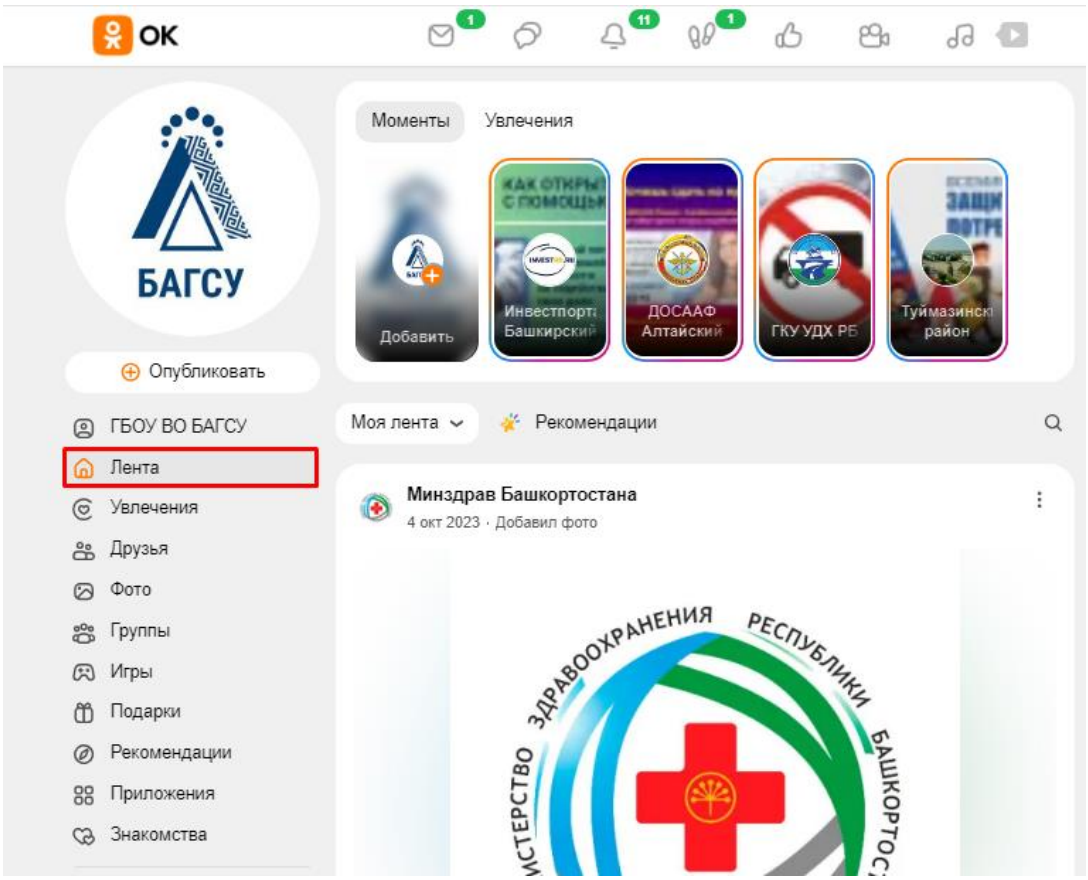


Рисунок 188. Раздел «Лента»

У каждой публикации, размещаемой в ленте, есть функциональные кнопки внизу, позволяющие ее комментировать, оценивать и пересылать. Для того, чтобы оценить публикацию нажмите пиктограмму с надписью «Класс» (рис. 189).

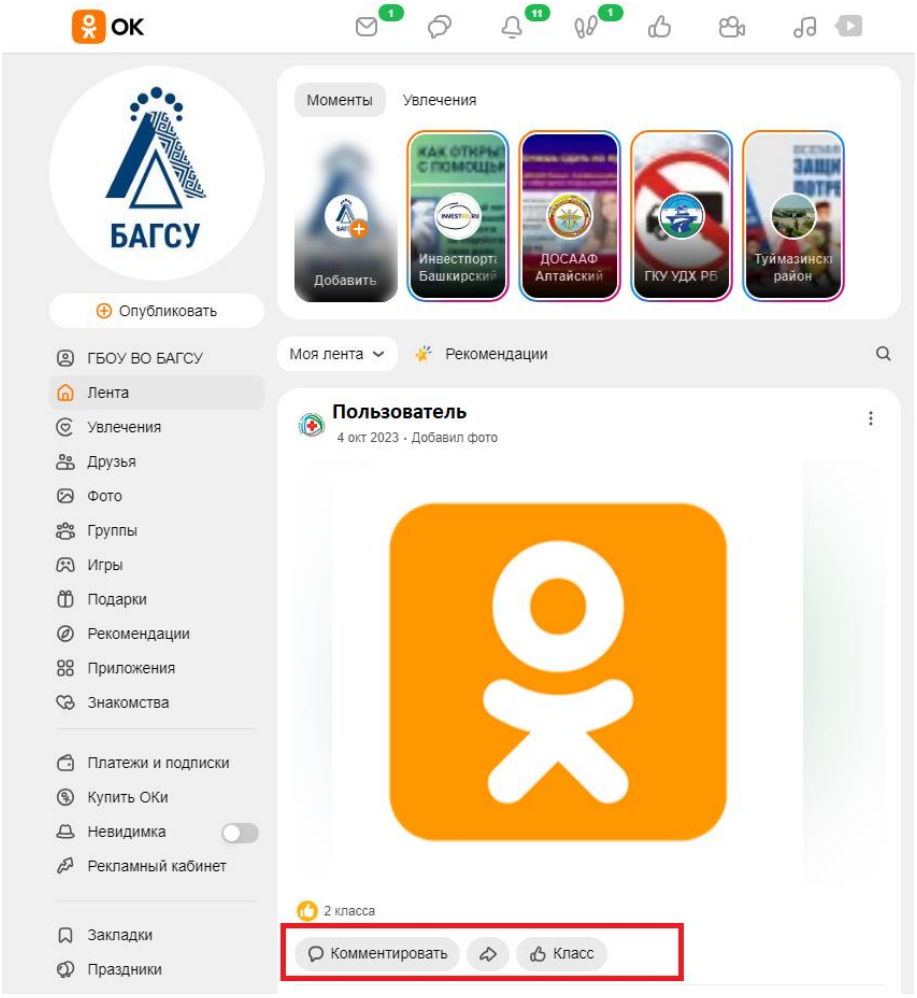


Рисунок 189. Взаимодействие с публикациями

После оценки публикации кнопка «Класс» изменит свой цвет на оранжевый (рис. 190).

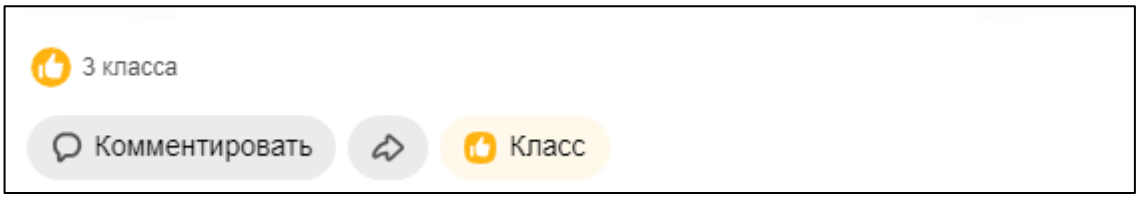


Рисунок190. Оценка публикации

Для того, чтобы оставить комментарий к публикации нажмите кнопку «Комментировать» (рис. 191).

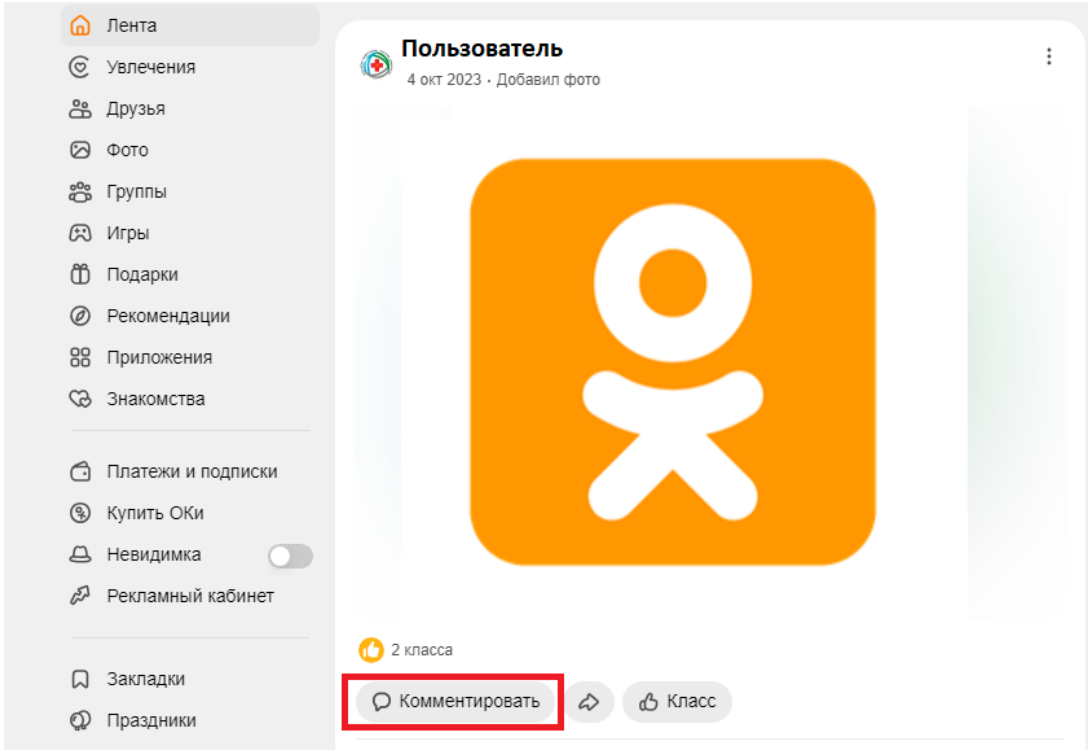


Рисунок 191. Комментирование публикации

Вам откроется поле для ввода комментария. Напишите в нем текст комментария (1). Чтобы опубликовать комментарий нажмите кнопку, изображенную в виде «Двойного облака» (2). После этого ваш комментарий будет опубликован и с ним смогут ознакомиться другие пользователи (рис. 192).

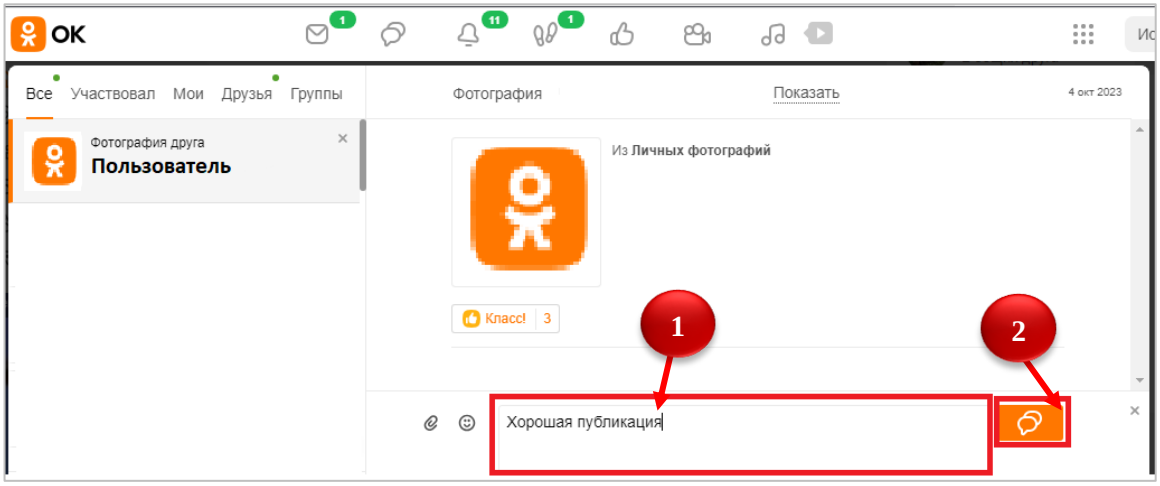


Рисунок 192. Отправка комментария к публикации

Рассмотрим пример создания новой публикации. В социальной сети «Одноклассники» она называется «Заметка». Для добавления публикации - «заметки» необходимо перейти на страницу своего профиля. Для этого нажмите кнопку с вашим именем и фамилией (рис. 193).

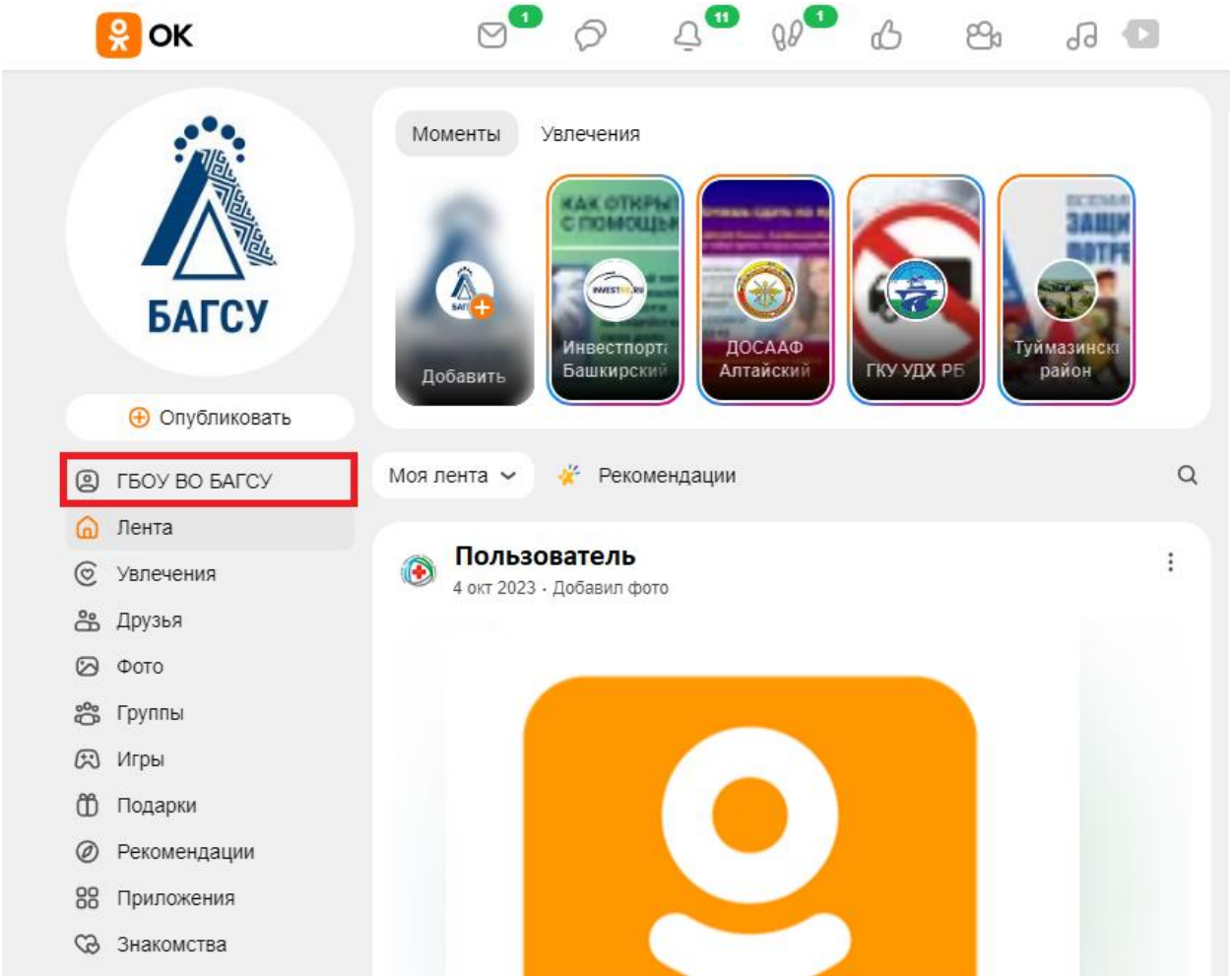


Рисунок 193. Переход в профиль



Заметка – сообщение, которое появляется в ленте у Ваших друзей, его видят все, у кого не отключены обновления вашей страницы.

Для создания новой заметки необходимо нажать по текстовому полю «Напишите заметку» (рис. 194).

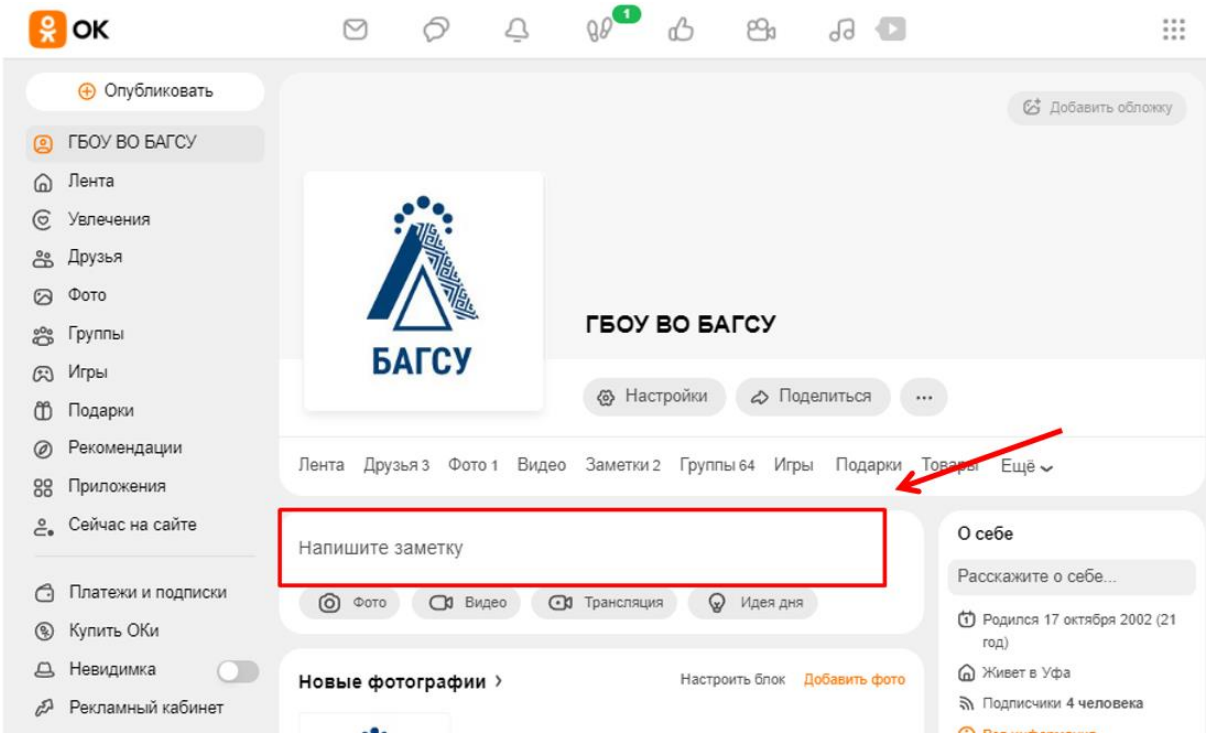


Рисунок 194. Создание новой заметки

Напишите текст заметки, вы также можете добавить к ней фото, видео, музыку или прикрепить опрос (рис. 195).

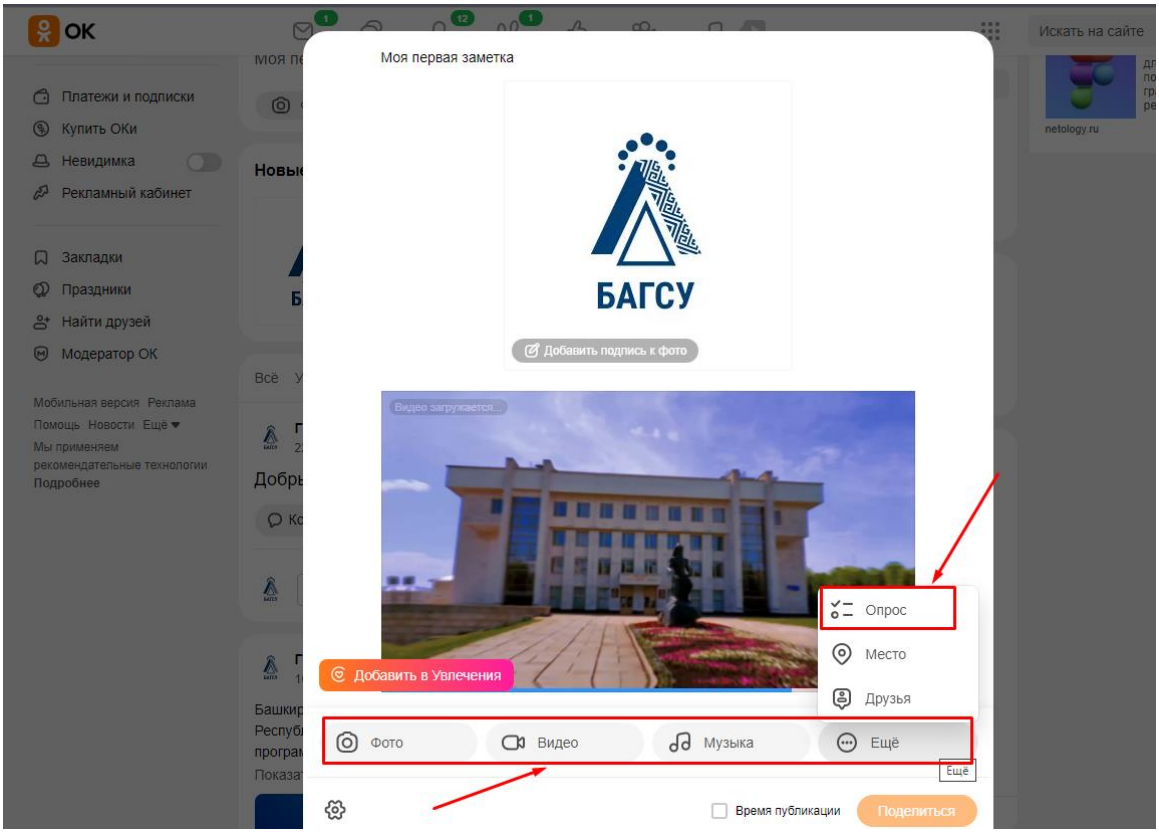


Рисунок 195. Создание новой заметки

При необходимости вы можете произвести необходимые настройки публикации. Для этого необходимо нажать кнопку с изображением шестеренки в левом нижнем углу экрана (рис. 196).

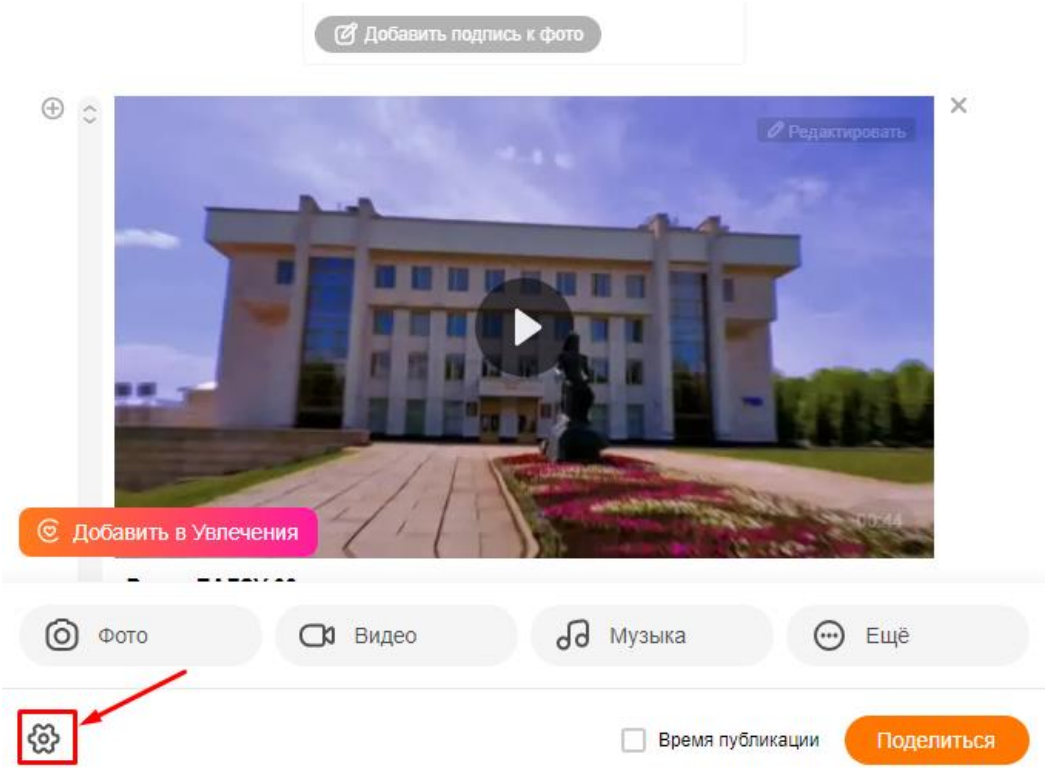


Рисунок 196. Изменение настроек публикации

Во всплывающем окне первой настройкой стоит «В статус». Вы можете установить маркер напротив данной строки для того, чтобы заметка отобразилась в статусе вашего профиля.



Статус – это небольшое текстовое сообщение, которое ваши друзья видят над вашей фотографией.

Также в данном окне Вы можете произвести следующие настройки публикации (рис. 197):

– «Отключить комментирование» – отключает функционал, позволяющий пользователям оставлять комментарии;

– «Скрытая публикация» – заметка не будет отображаться в ленте пользователей;

– «Рекламная публикация» – может содержать специальные рекламные блоки;

– «Реклама от авторов» – для привлечения новых подписчиков и повышения узнаваемости.

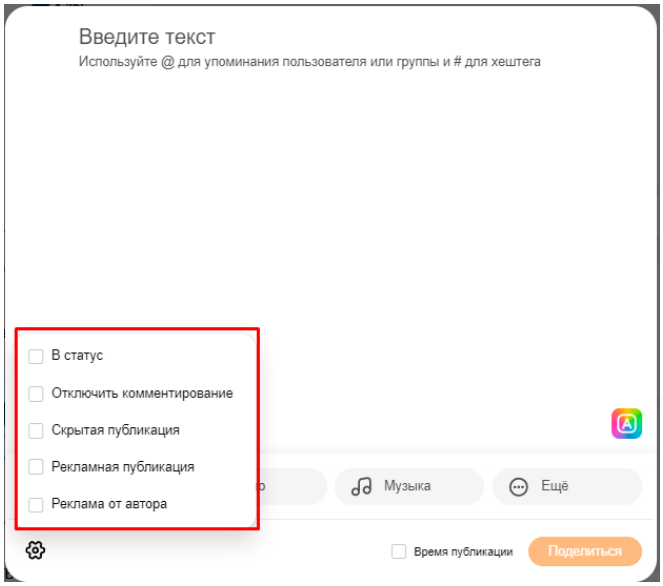


Рисунок 197. Настройка новой заметки

Для того, чтобы опубликовать заметку нажмите кнопку «Поделиться» (рис. 198).

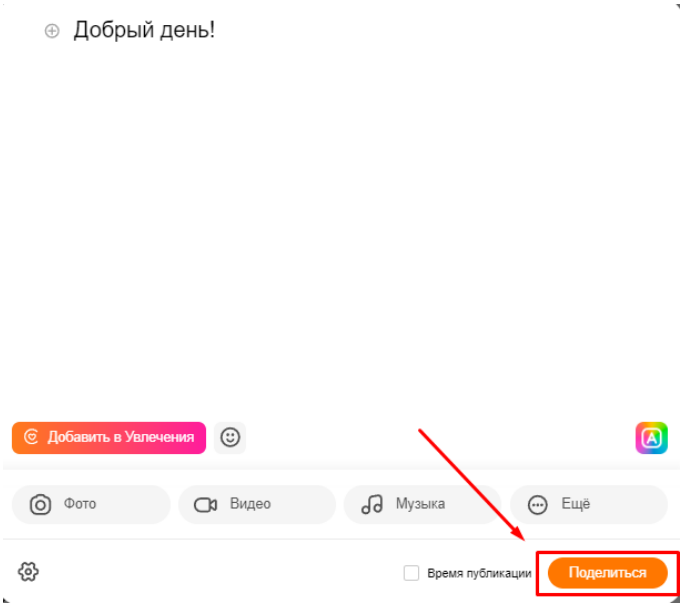


Рисунок 198. Публикация заметки

Для редактирования публикации, наведите на нее курсор и нажмите левую кнопку мыши (рис. 199).

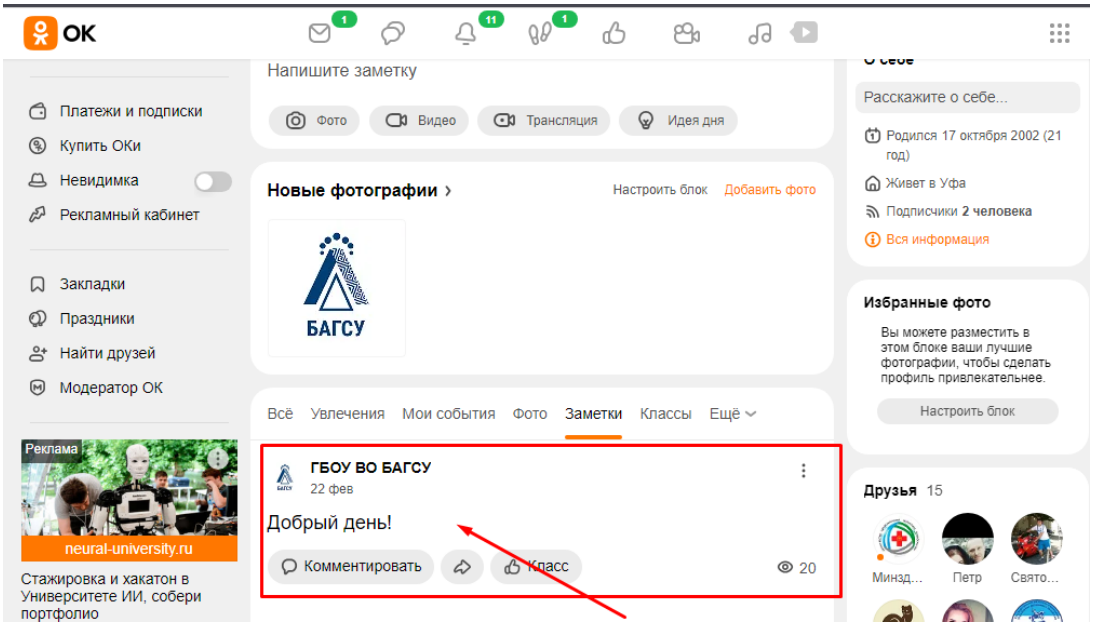


Рисунок 199. Редактирование заметки

Во всплывающем окне нажмите кнопку в правом верхнем углу с изображением трех точек (1) и в выпадающем списке выберите и нажмите кнопку «Редактировать» (2) (рис. 200).



Рисунок 200. Редактирование заметки

В открывшемся окне внесите необходимые изменения, после чего нажмите кнопку «Сохранить» (рис. 201).

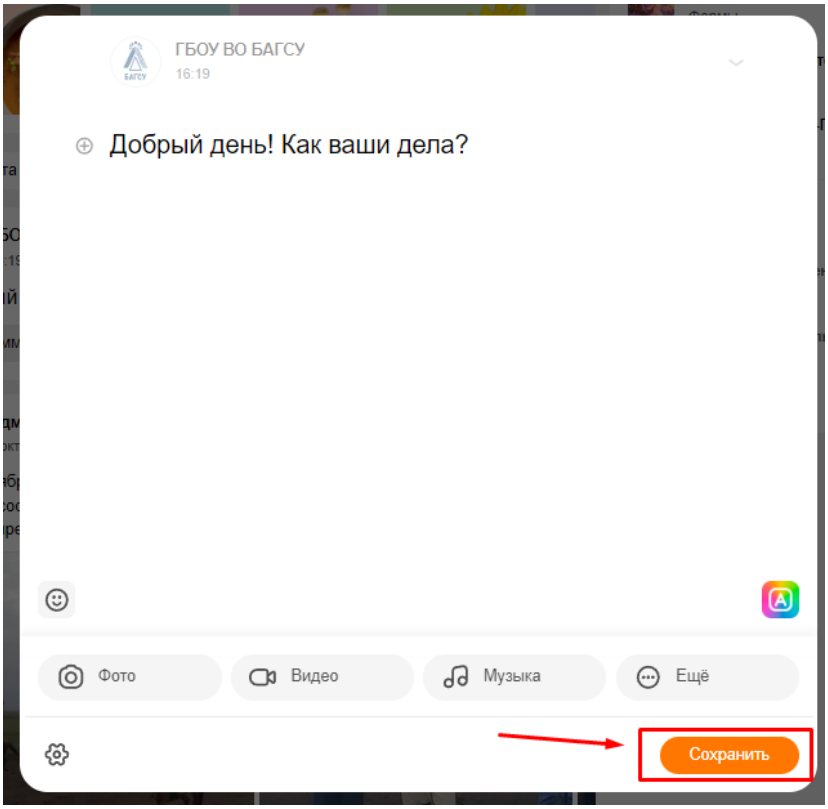


Рисунок 201. Редактирование заметки

Заметка отредактирована (рис. 202).

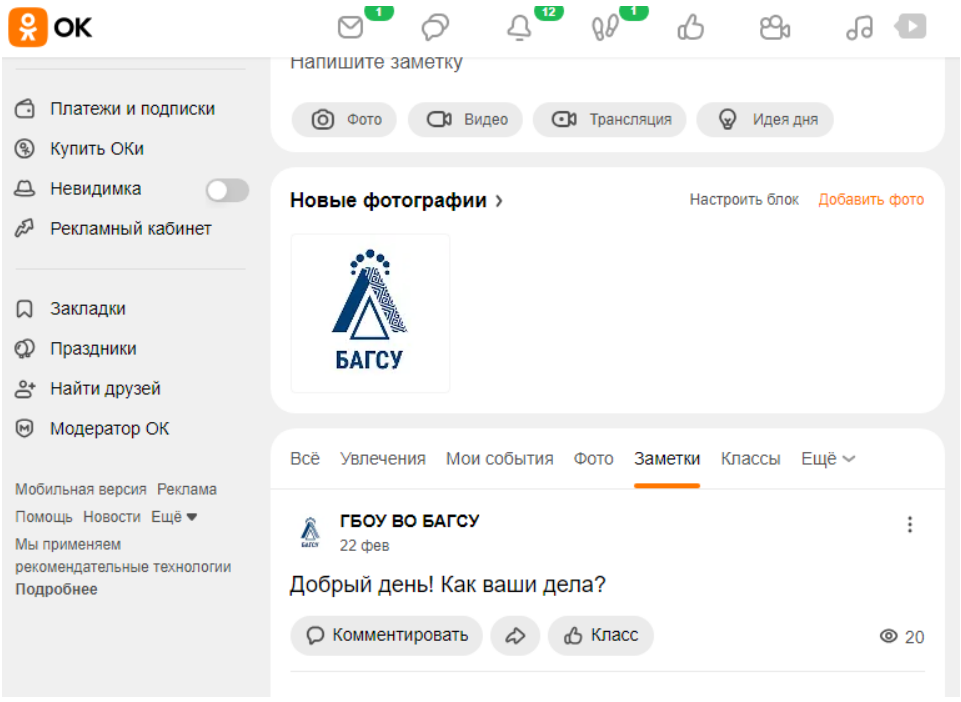


Рисунок 102. Редактирование заметки

Раздел «Друзья». В данном разделе находится список ваших друзей, заявки, поступившие от других пользователей на добавление в друзья, а также строка поиска других пользователей (рис. 203).

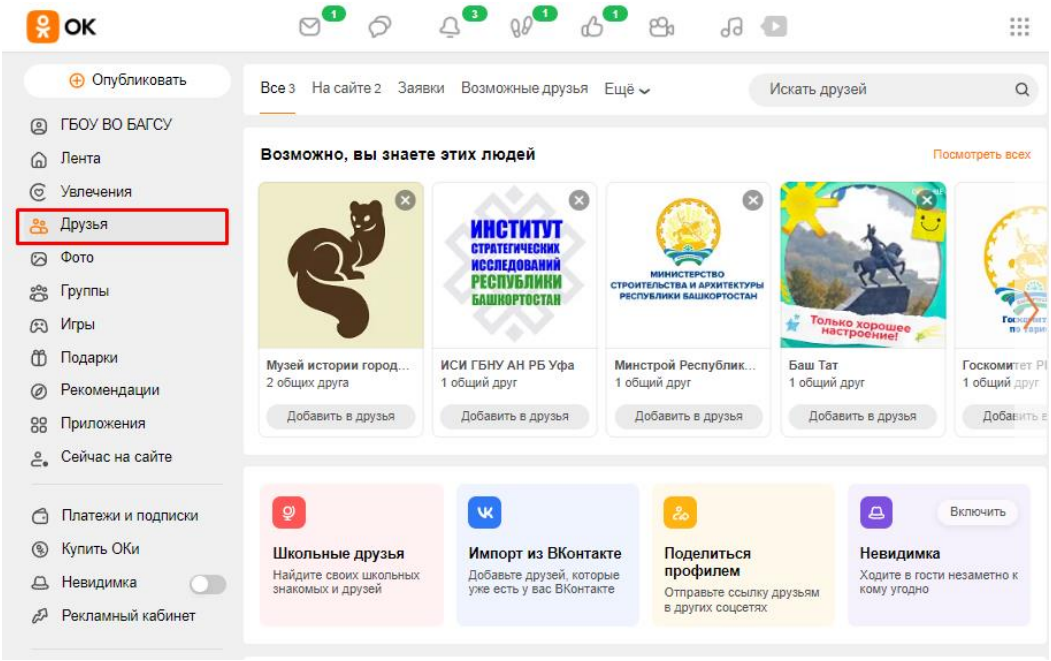


Рисунок 203. Раздел «Друзья»

Заявки на добавление в друзья, отправленные вам другими пользователями, отображаются в верхней части окна. У вас есть возможность принять или отклонить заявку. Для этого необходимо нажать соответствующую кнопку в нижней части заявки (рис. 204). В качестве примера нажмем кнопку «Принять».

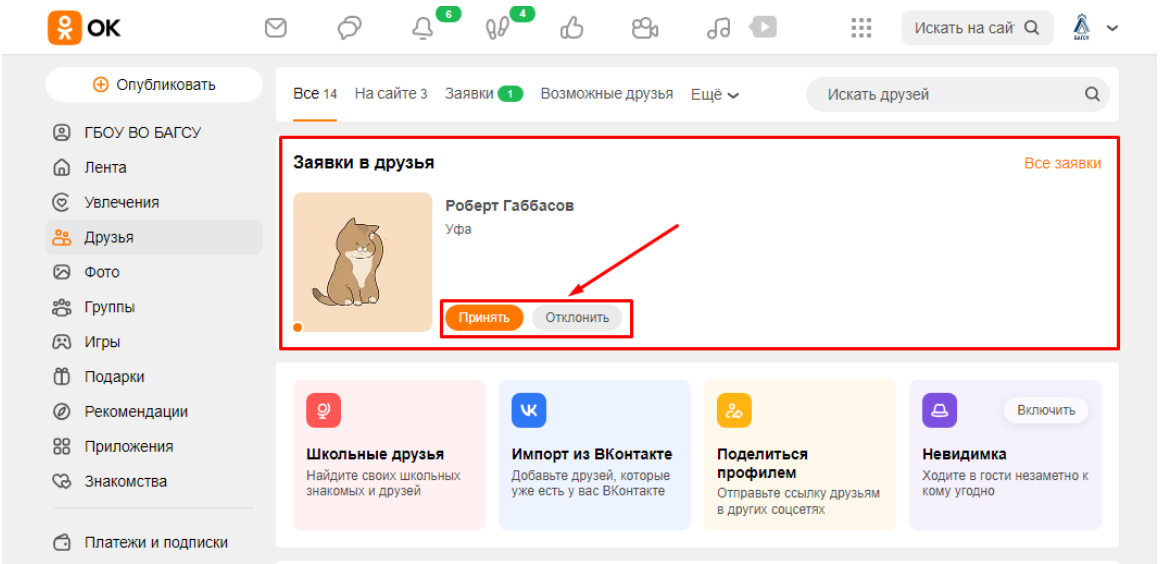


Рисунок 204. Заявки на добавления в друзья

После принятия заявки вы получите соответствующее уведомление – «Заявка принята». Аналогичное уведомление также будет направленно и данному пользователю (рис. 205).

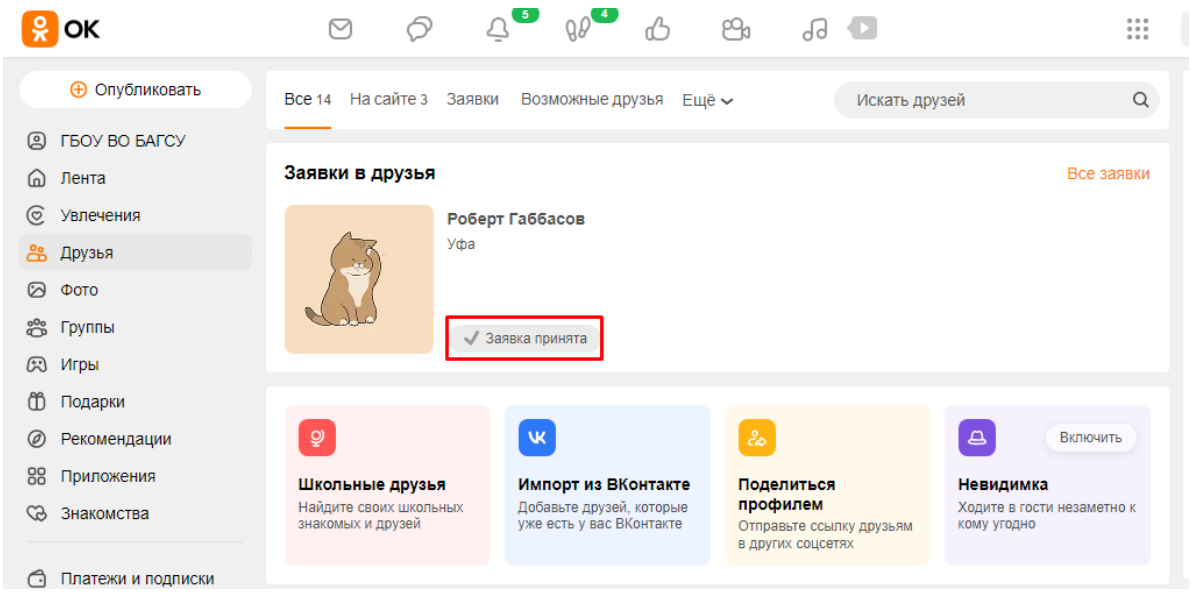


Рисунок 205. Принятие заявки в друзья

Также в данном разделе отображаются пользователи, которые могут быть с вами знакомы. Для добавления их в список друзей необходимо, под информационной карточкой, нажать кнопку «Добавить в друзья» (рис. 206).

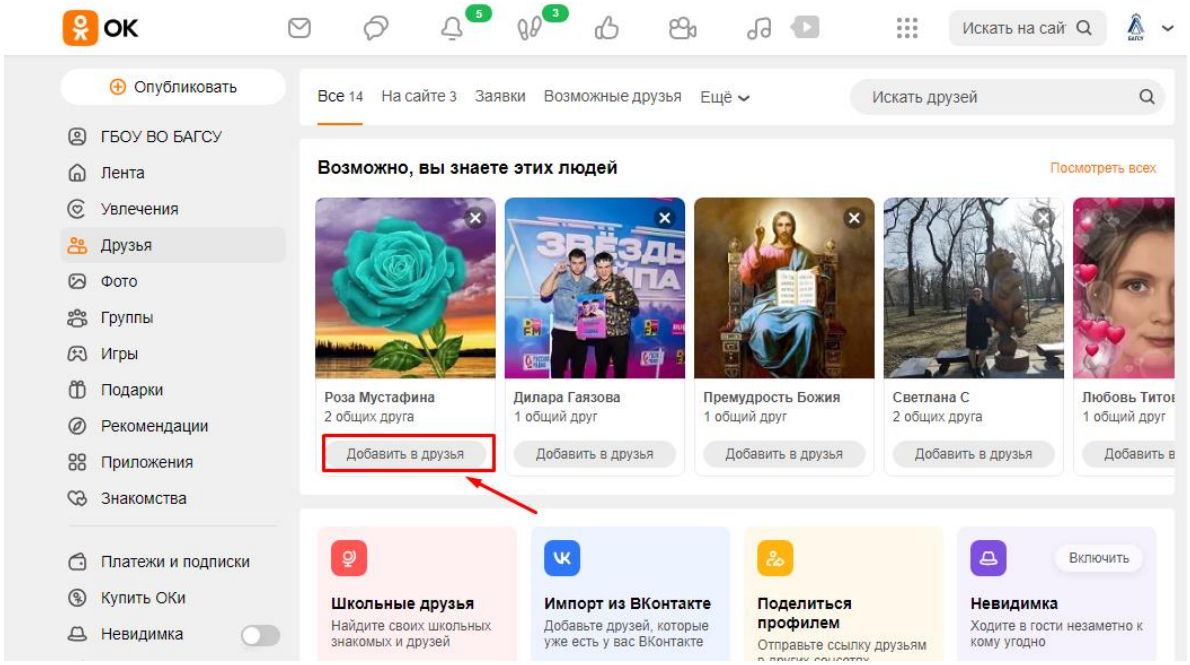


Рисунок 206. Добавление пользователя в друзья

Воспользуемся поисковой строкой и найдем новых друзей. Для этого наведите курсор на поле «Искать друзей» и нажмите левую кнопку мыши (рис. 207).

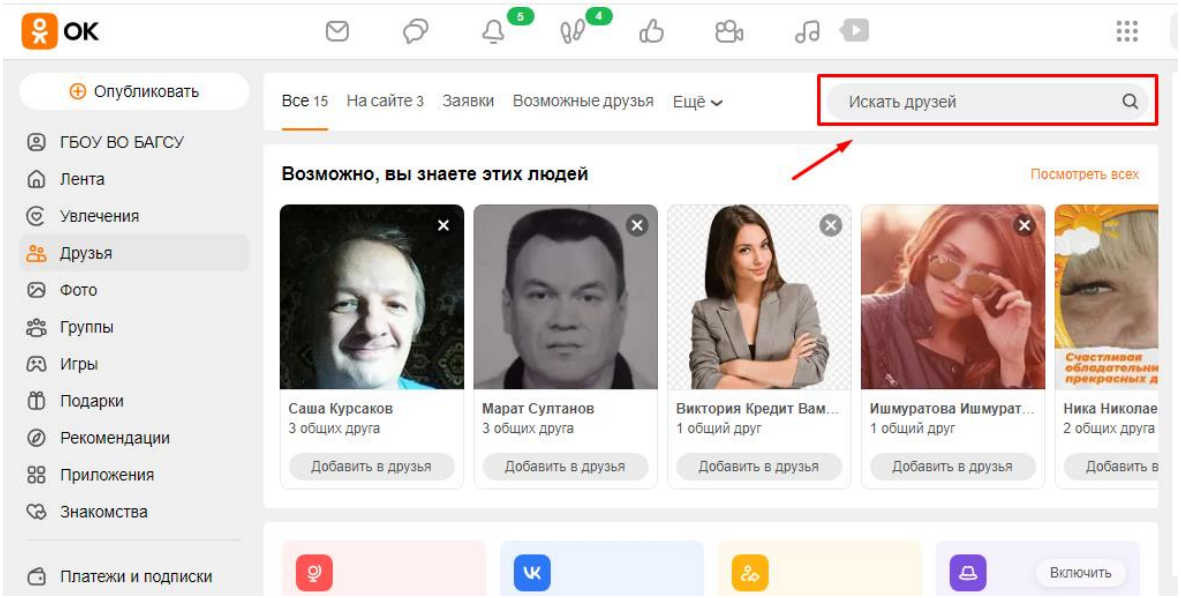


Рисунок 207. Поиск друзей

Далее введите фамилию и имя пользователя. В качестве примера укажем «Роберт Габбасов». После заполнения поля в выпадающем списке отобразятся найденные пользователи (рис. 208).

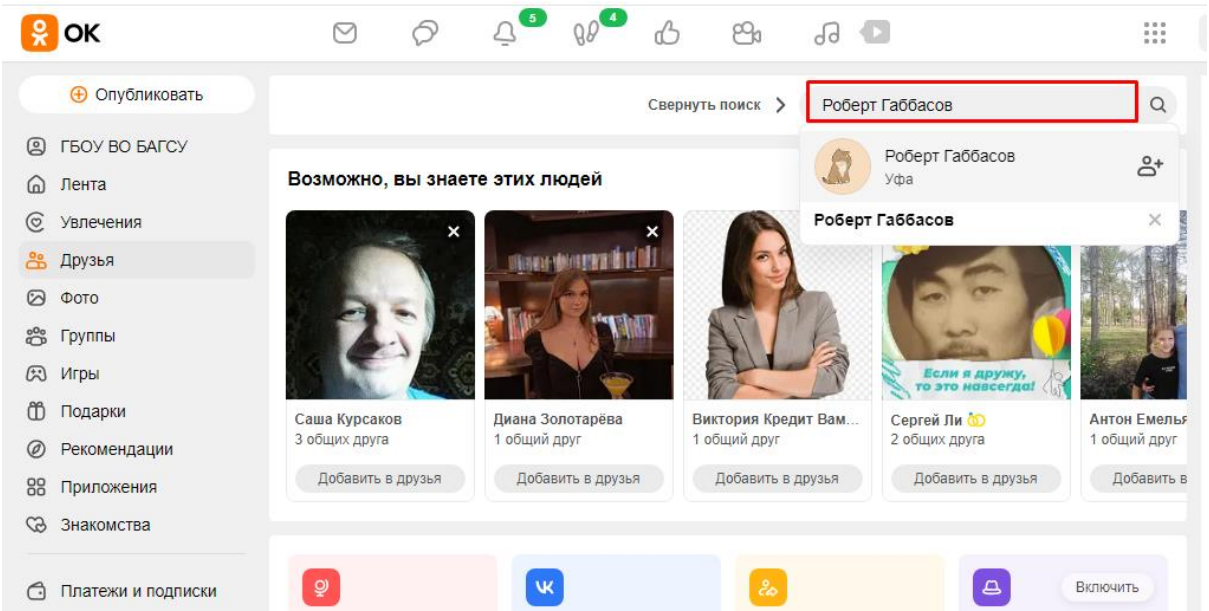


Рисунок 208. Поиск друзей

Для ознакомления с полным списком результатов поиска необходимо нажать кнопку с изображением «лупы» (рис. 209).

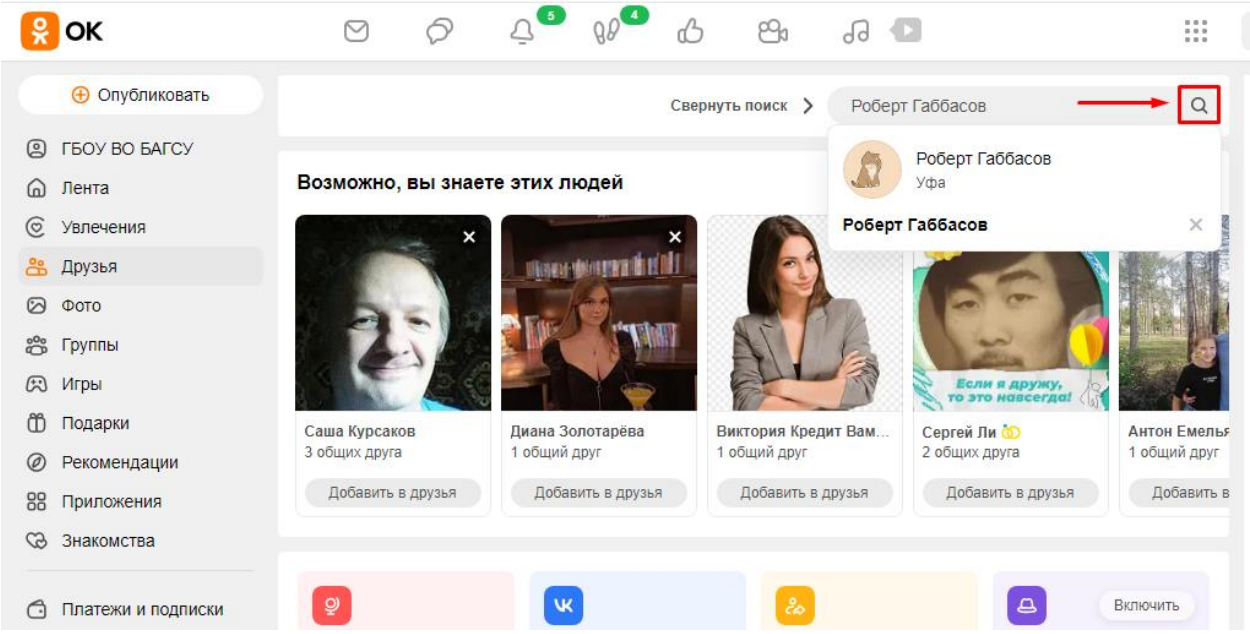


Рисунок 209. Поиск друзей

В открывшемся окне отобразятся все результаты поиска. В случае необходимости, вы можете воспользоваться расширенным поиском. Для этого нажмите кнопку «Перейти в расширенный поиск» (рис. 210). Расширенный поиск используют в случаях, когда вам неизвестны фамилия и имя пользователя или простой поиск выдает слишком много результатов. В этом случае, можно задать дополнительные параметры поиска, сделав запрос более точным. Область поиска при этом существенно сужается.

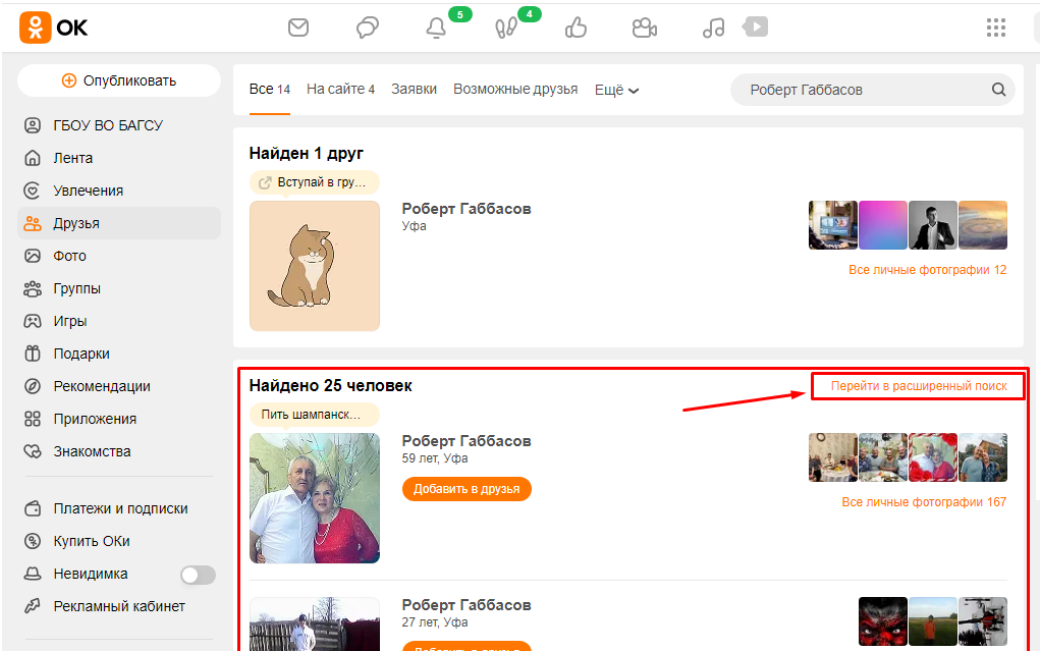


Рисунок 210. Поиск друзей

В открывшемся окне вы можете заполнить критерии поиска: пол, возраст, территориальное расположение, образование, место работы и другие. Заполним разделы: «возраст», «пол», «место» (рис. 211).

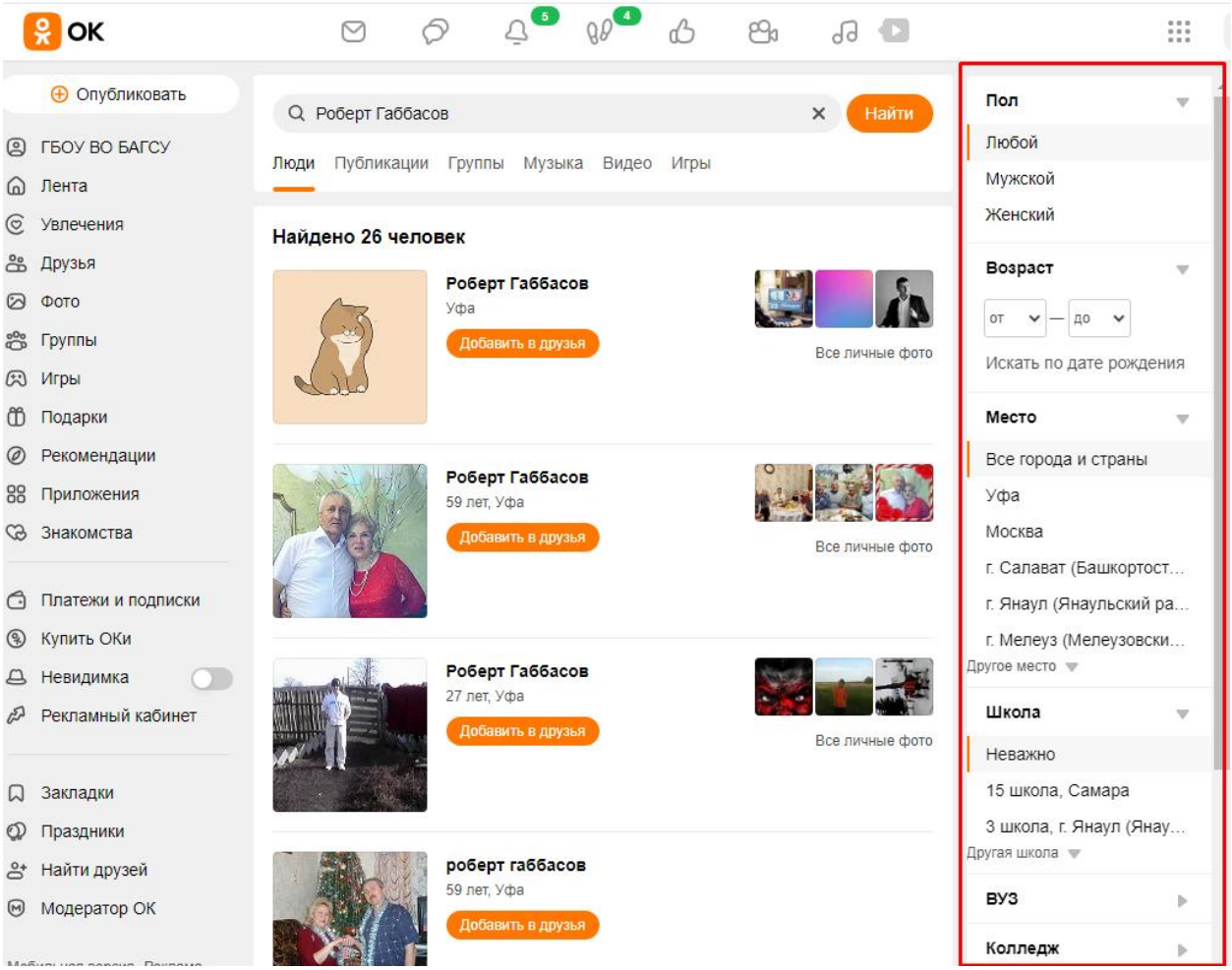


Рисунок 211. Расширенный поиск

Список найденных пользователей обновляется автоматически после того, как вы заполните одно из полей расширенного поиска. Заполнив несколько полей расширенного поиска видно, что из 26 человек под данные условия подходит только 3 (рис. 212). Таким образом, мы значительно сузили область поиска.

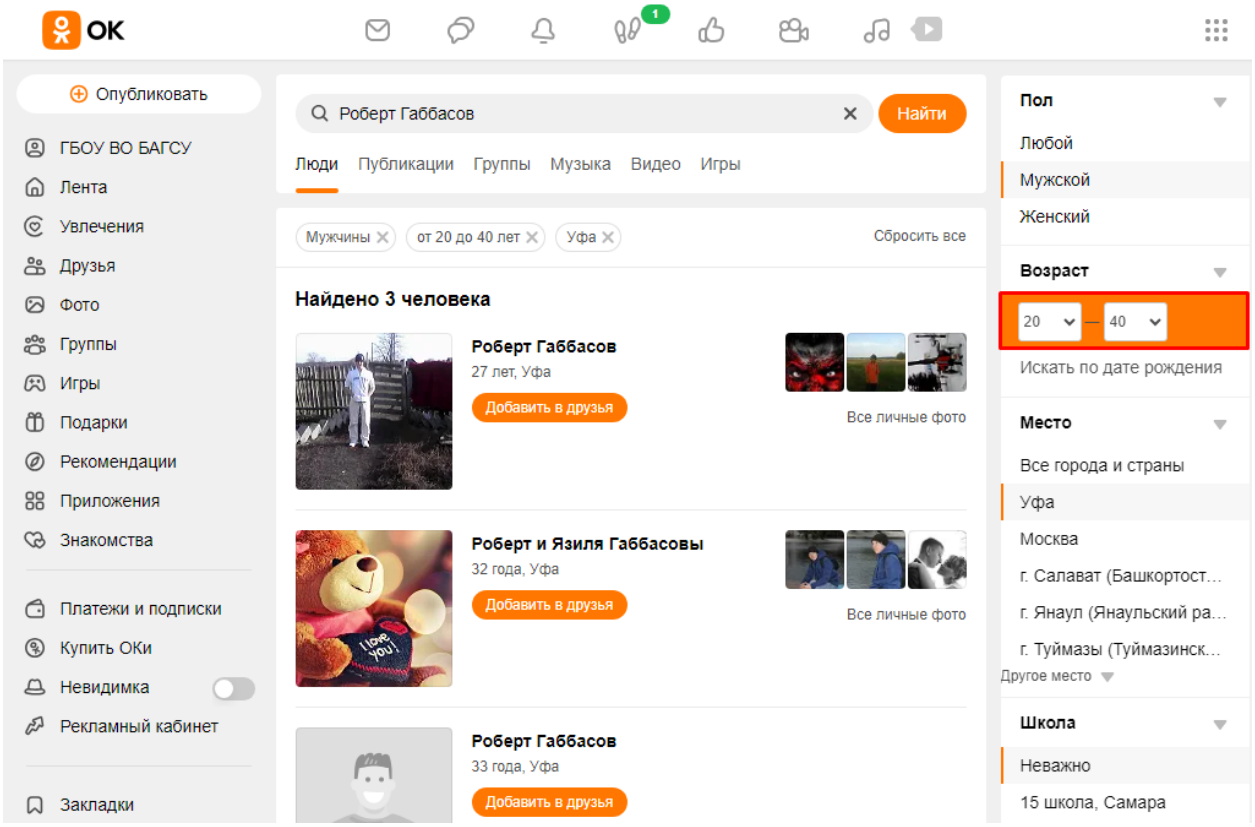


Рисунок 212. Результаты расширенного поиска

Для удаления пользователя из друзей необходимо перейти в раздел «Друзья» (рис. 213).

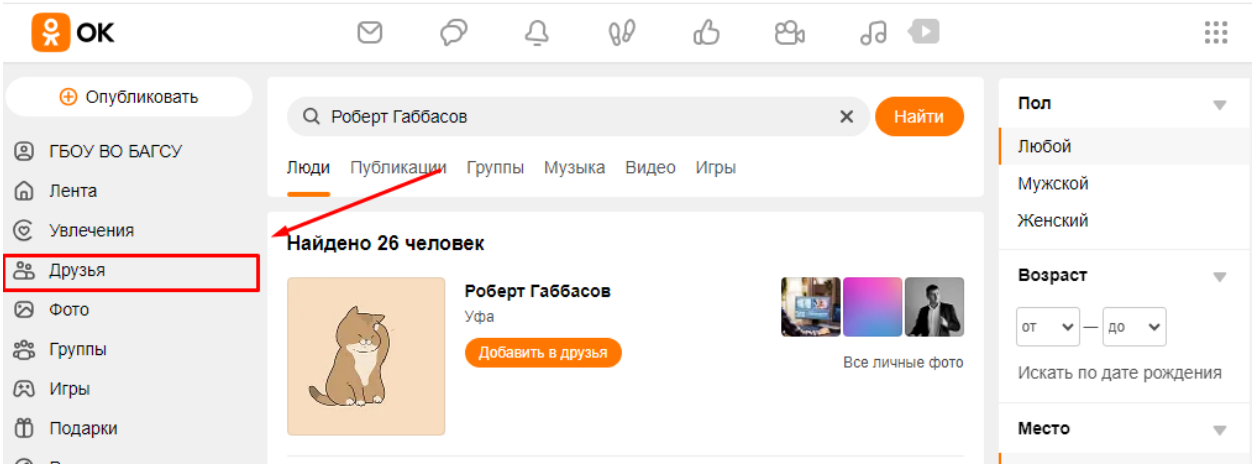


Рисунок 213. Удаление пользователя из списка друзей

В открывшемся окне будет виден список добавленных друзей (рис. 214).

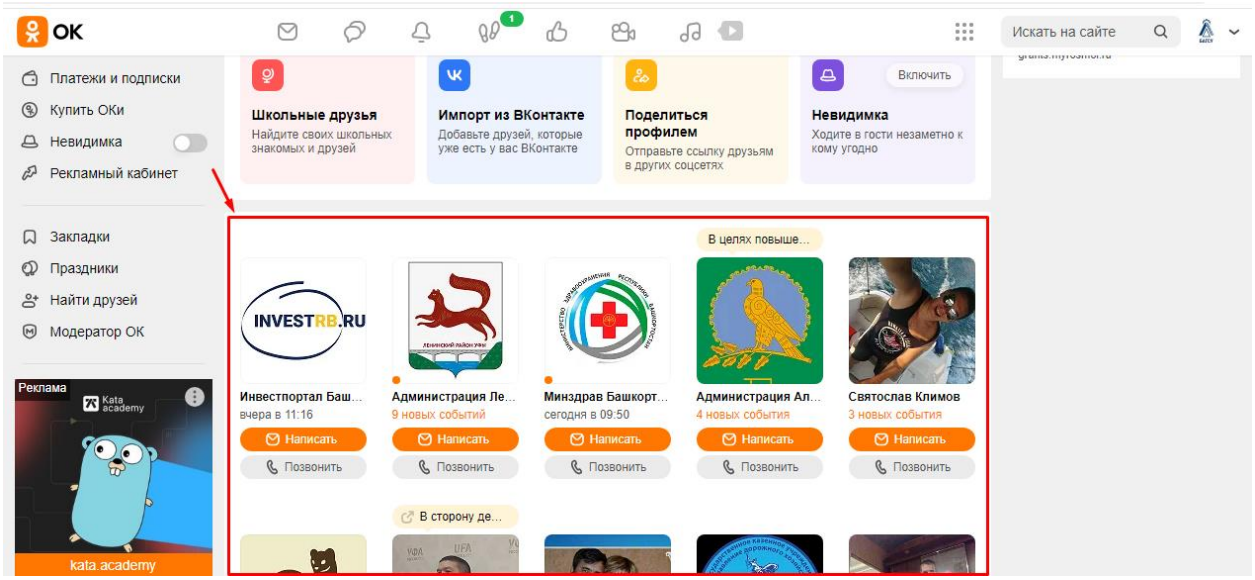


Рисунок 214. Удаление пользователя из списка друзей

Далее выберите и наведите (не нажимайте) указатель компьютерной мыши на фотографию требуемого пользователя и, во всплывающем окне, выберите и нажмите кнопку «Прекратить дружбу» (рис. 215).

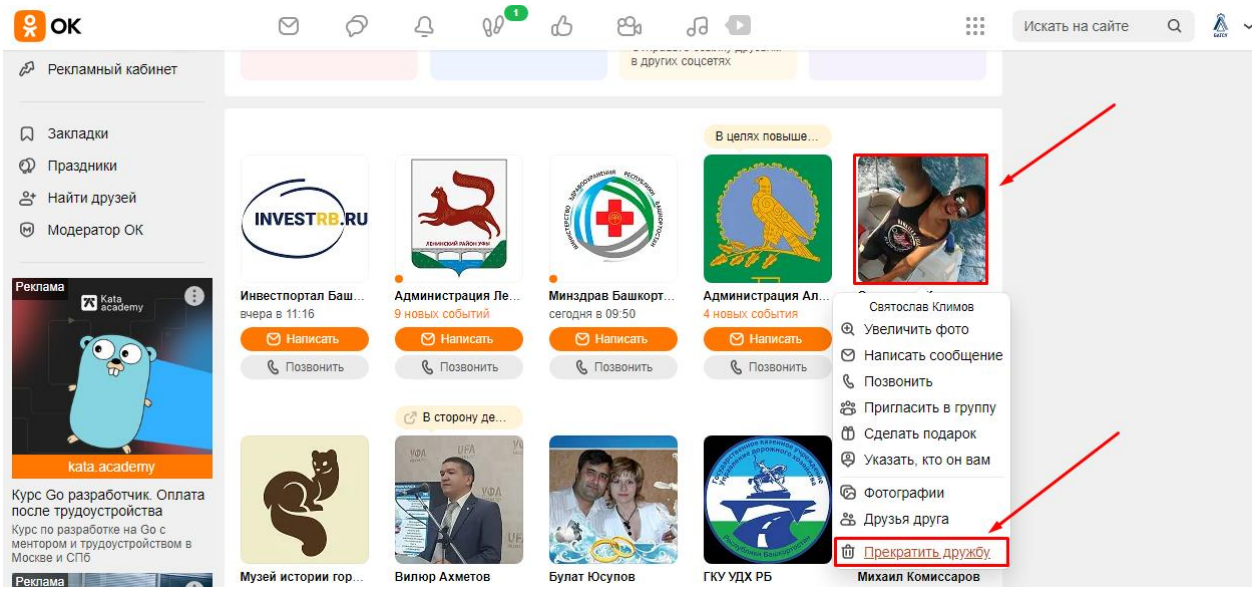


Рисунок 215. Удаление пользователя из списка друзей

Также в разделе «Друзья» есть возможность связаться с пользователем. Под именем и фамилией добавленного пользователя присутствуют две кнопки «Написать» и «Позвонить» (рис. 216).

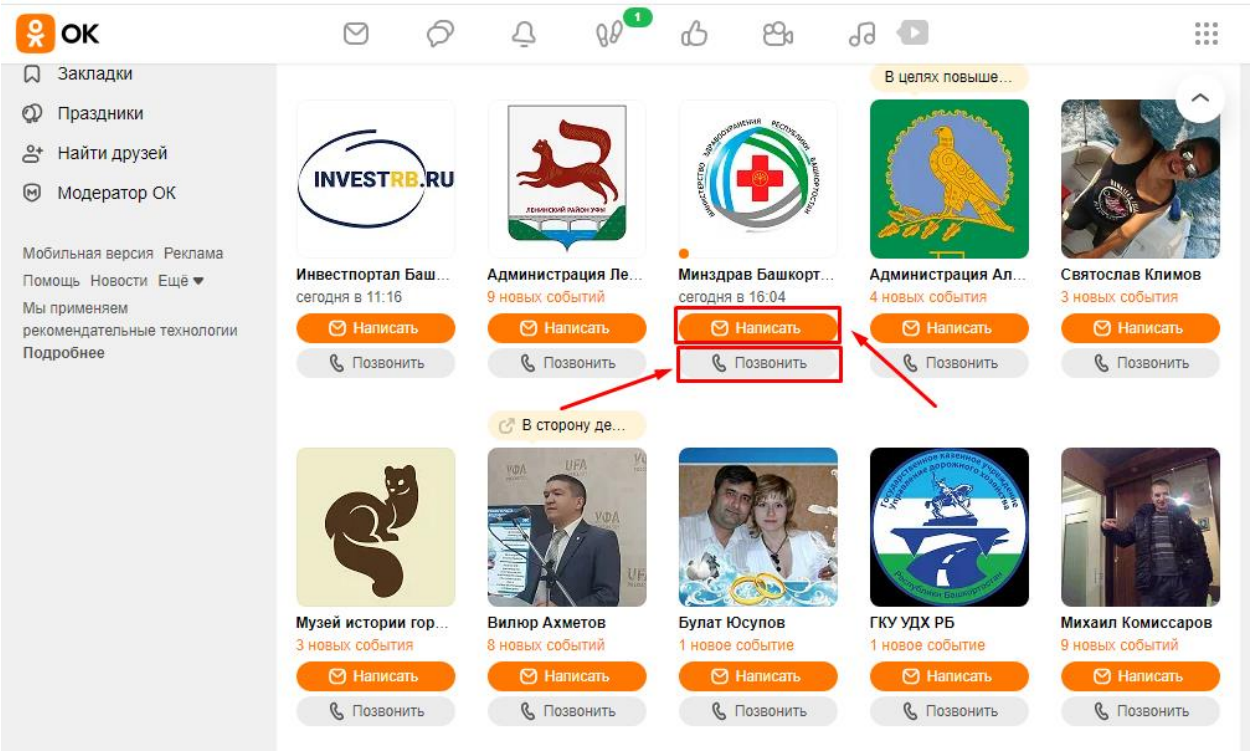


Рисунок 216. Кнопки «Написать» и «Позвонить»

Рассмотрим возможности взаимодействия между пользователями более подробно.

Раздел «Сообщения». Вы можете общаться с пользователями: отправлять текстовые, видео- и аудио-сообщения, звонить, отправлять фотографии, видеоролики или другие файлы. Для перехода в раздел «Сообщения» нажмите кнопку с изображением конверта в верхней части окна (рис. 217).

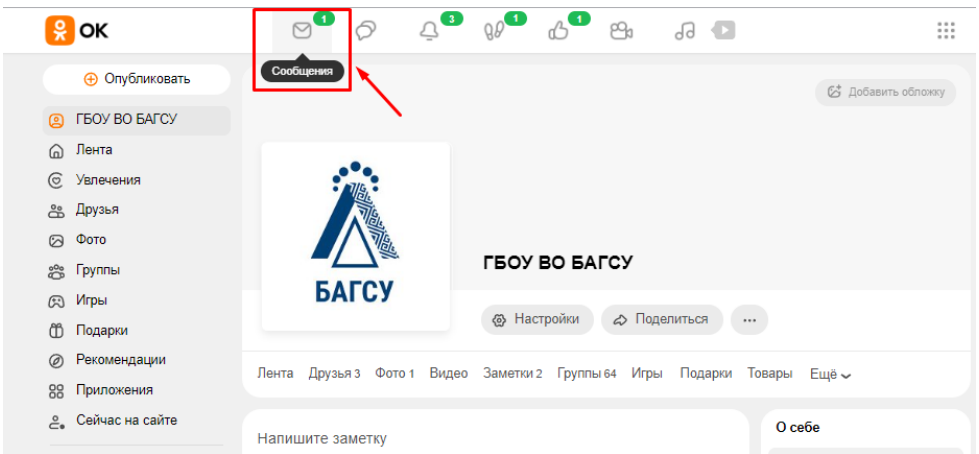


Рисунок 217. Раздел «Сообщения»

В открывшемся окне, в левой части экрана, отображается список контактов, с которыми вы общались ранее. Для того, чтобы отправить сообщение пользователю, наведите курсор на строку поиска и нажмите левую кнопку мыши (рис. 218).

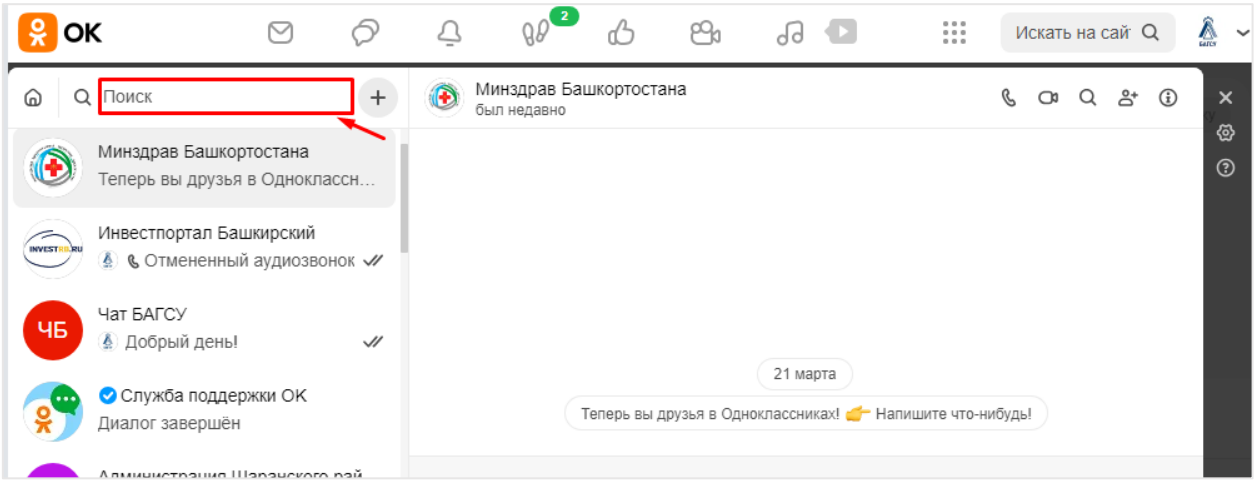


Рисунок 218. Отправка сообщения пользователю

В открывшееся поле введите фамилию и имя пользователя. В качестве примера введем «Роберт Габбасов». Далее наведите курсор мыши на найденного пользователя и нажмите левую кнопку (рис. 219).

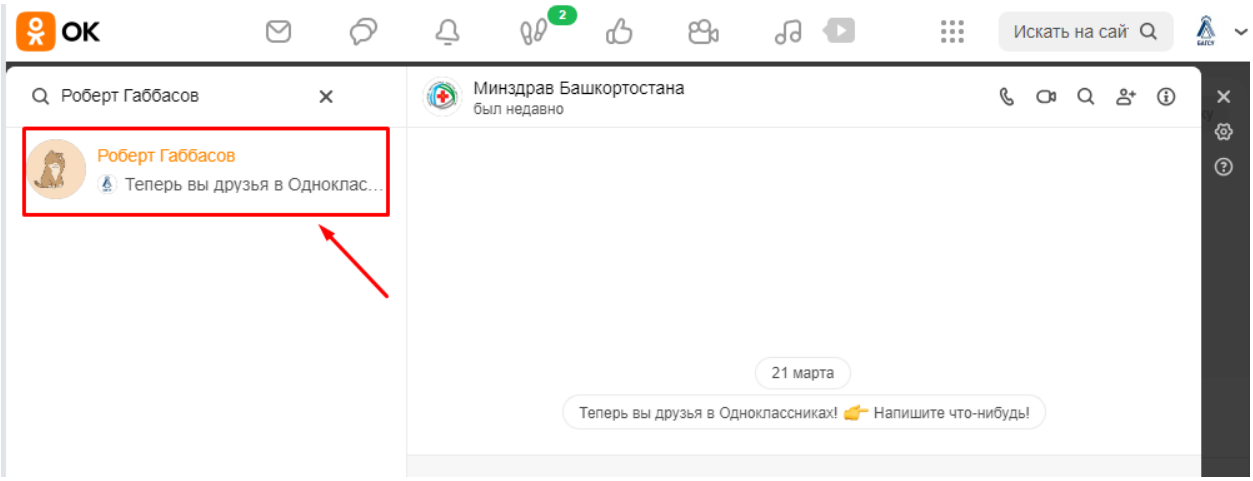


Рисунок 219. Отправка сообщения пользователю

Для того, чтобы написать пользователю сообщение, наведите курсор мыши на текстовое поле «Напишите сообщение…» и нажмите левую кнопку мыши (рис. 220).

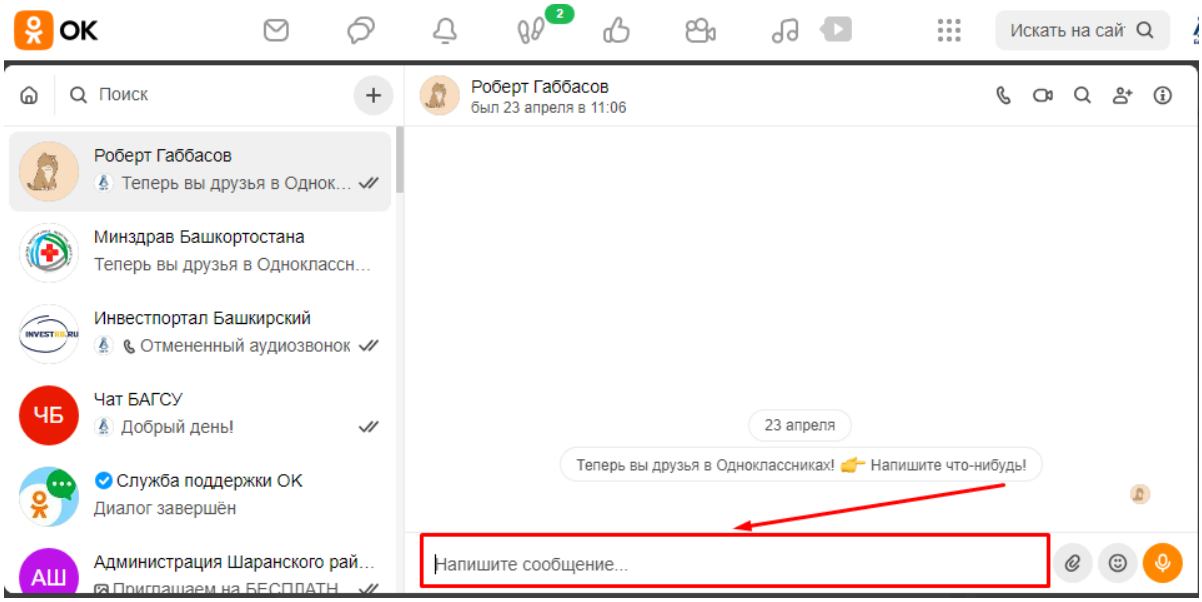


Рисунок 220. Отправка сообщения пользователю

Укажите текст сообщения. В качестве примера введем текст: «Здравствуйте! Как у Вас дела?». Для отправки сообщения нажмите кнопку с изображением стрелки, направленной вправо (рис. 221).

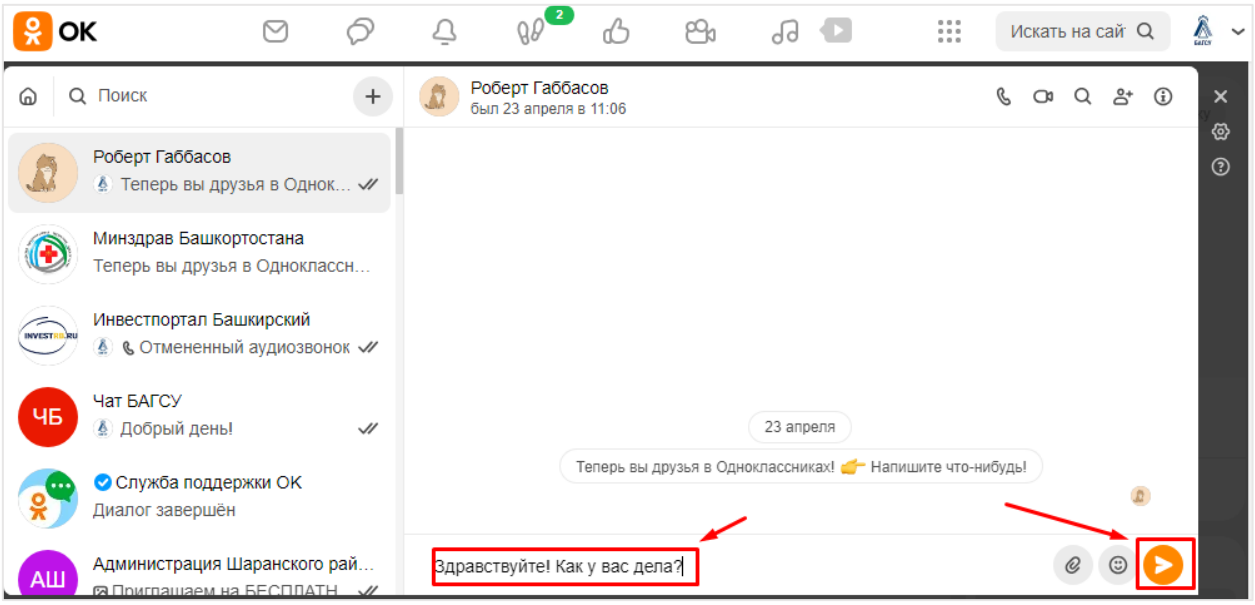


Рисунок 221. Отправка сообщения пользователю

Ваше сообщение отправлено (рис. 222).

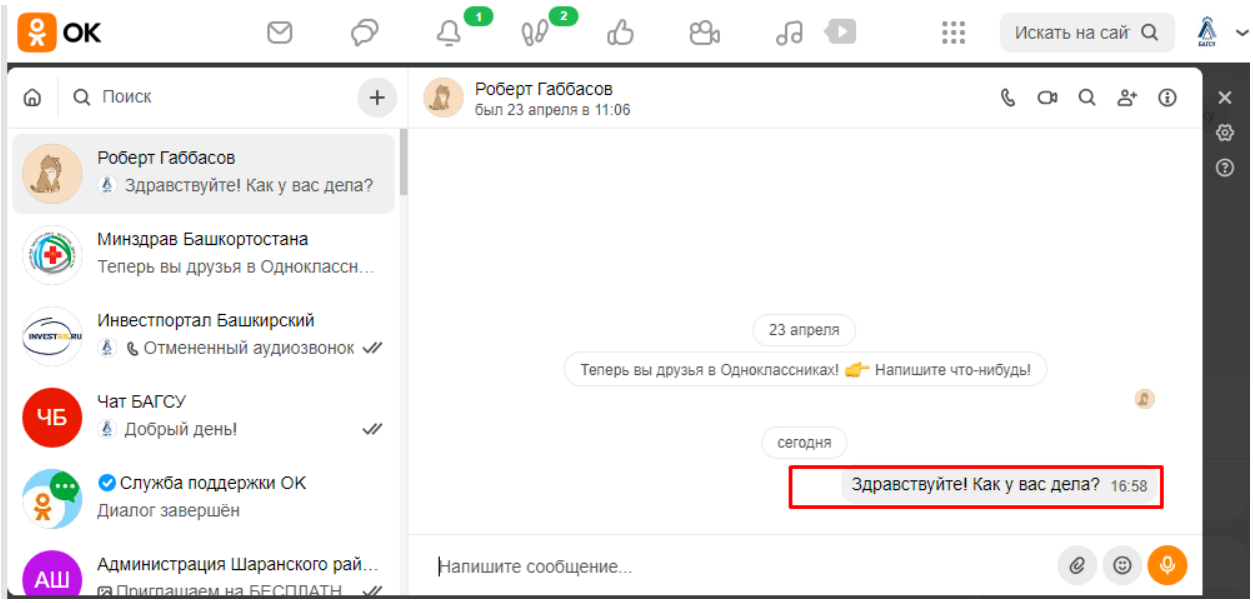


Рисунок 222. Отправка сообщения пользователю

Также вы можете создать чат для общения одновременно с несколькими пользователями. Чат работает в режиме реального времени. Пользователи социальной сети «Одноклассники» могут создавать и общаться в нескольких чатах одновременно. Для того, чтобы создать чат, необходимо нажать кнопку с изображением знака плюс «+» в левой верхней части окна (1) и, в выпадающем списке, нажать кнопку «Создать чат» (2) (рис. 223).

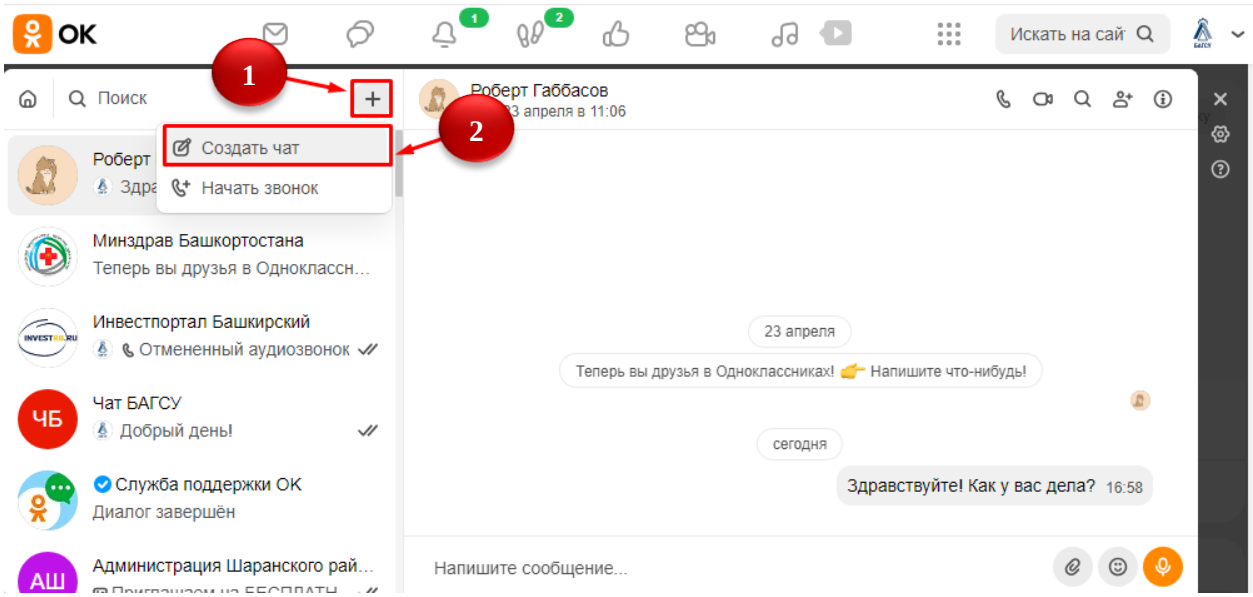


Рисунок 223. Создание чата

Установите галочки напротив пользователей, которых необходимо добавить в чат (1). После чего нажмите кнопку «Создать чат» (2) (рис. 224).

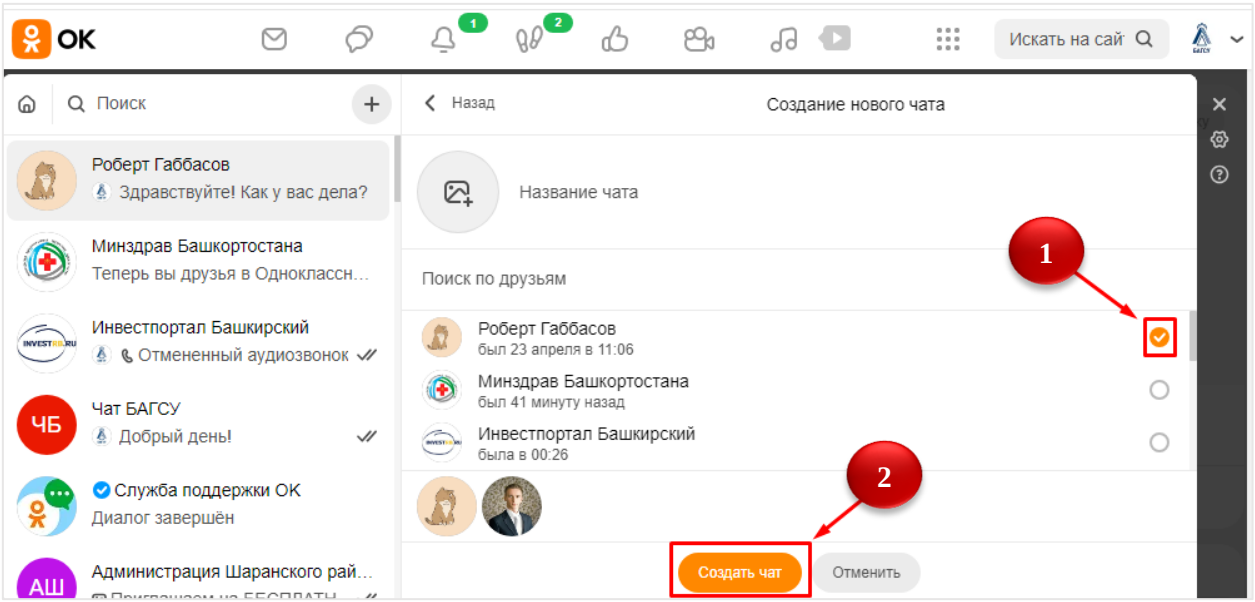


Рисунок 224. Создание чата

Чат создан и будет отображаться в списке в левой части экрана. Сообщения, направленные в данный чат, увидят все участники (рис. 225).

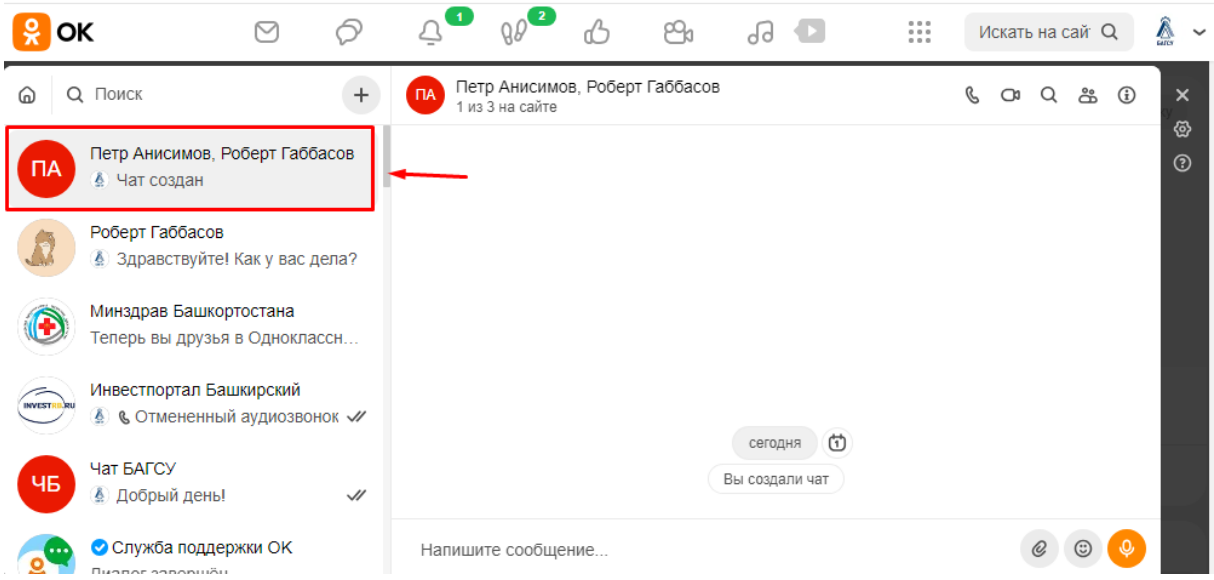


Рисунок 225. Создание чата

В социальной сети «Одноклассники» также есть возможность запускать индивидуальные и групповые голосовые звонки, а также видеозвонки, где можно подключить до 100 участников. Эта функция доступна в приложениях на Android и iOS, а также в веб-версии сервиса.

Для того, чтобы осуществить аудио или видео звонок необходимо выбрать пользователя или чат в разделе «Сообщения» (1). Далее для осуществления аудио звонка необходимо нажать кнопку с изображением телефонной трубки, для видео звонка – кнопку с изображением видеокамеры (2). В качестве примера рассмотрим аудио звонок (рис. 226).

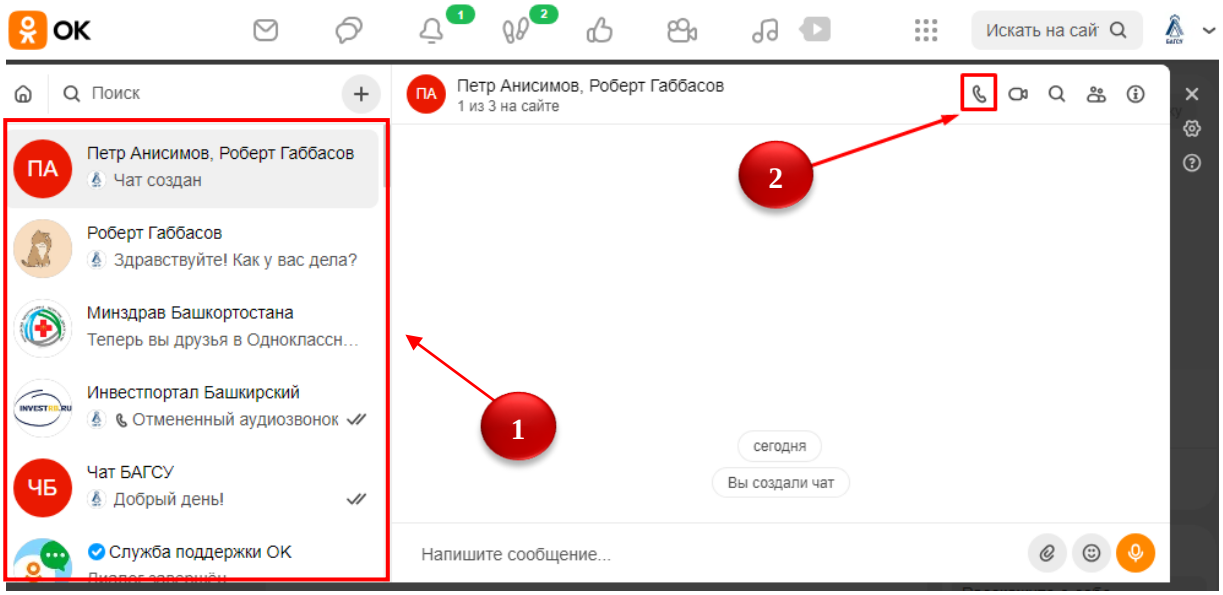


Рисунок 226. Осуществление аудио звонка

Во всплывающем окне необходимо подтвердить голосовой звонок, для этого нажмите кнопку «Позвонить» (рис. 227).

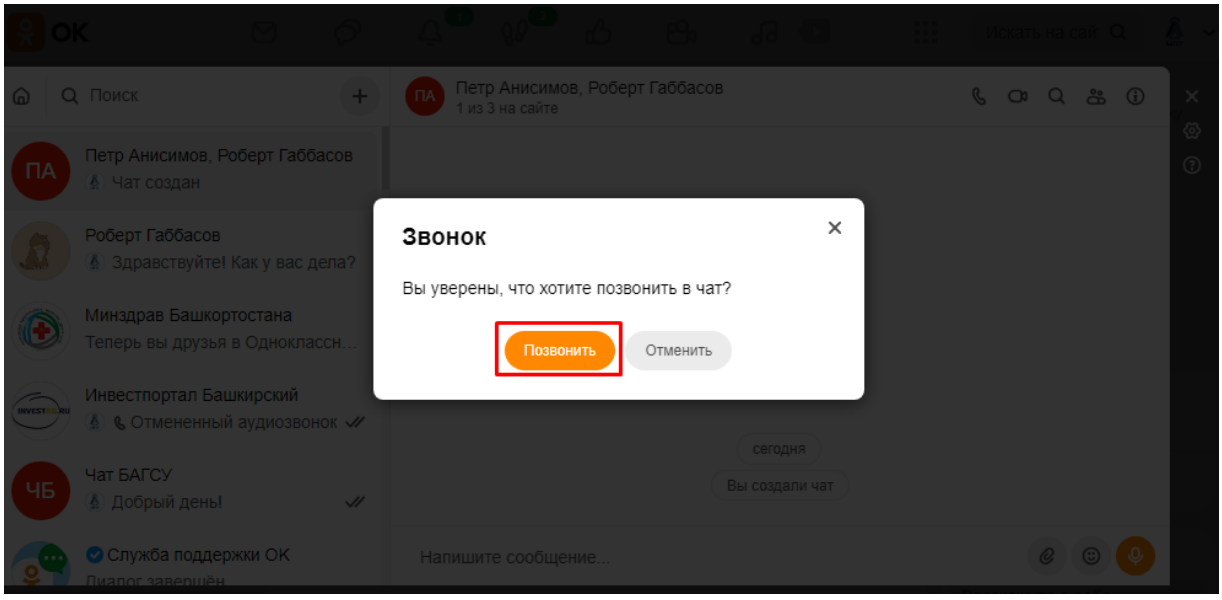


Рисунок 227. Осуществление аудио звонка

Во время аудио звонка вы можете перейти в видеозвонок. Для этого необходимо нажать кнопку с изображением видеокамеры. Для включения/выключения микрофона необходимо нажать кнопку с изображением микрофона. Для завершения звонка нажмите красную кнопку с изображением телефонной трубки (рис. 228).

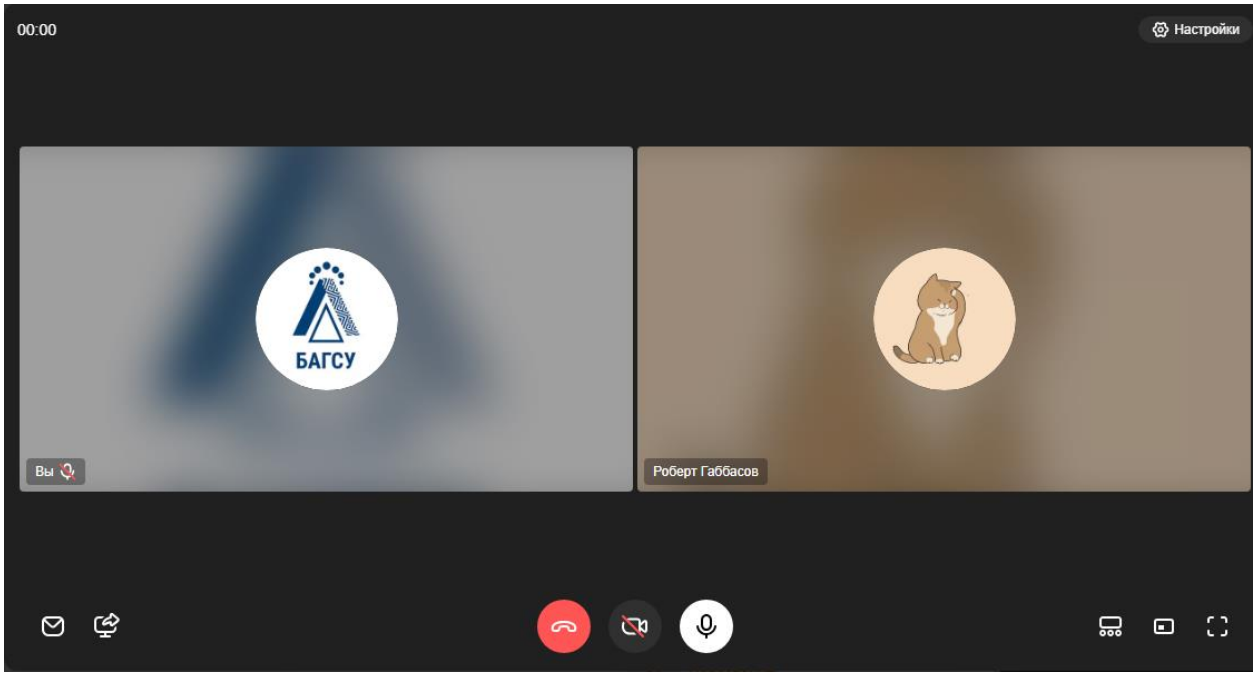


Рисунок 228. Осуществление аудио звонка

Раздел «Группы». Группа – сообщество в социальной сети, включающее в себя пользователей, объединенных одними взглядами, идеями, интересами или событиями. Перейдите в раздел «Группы» (рис. 229).

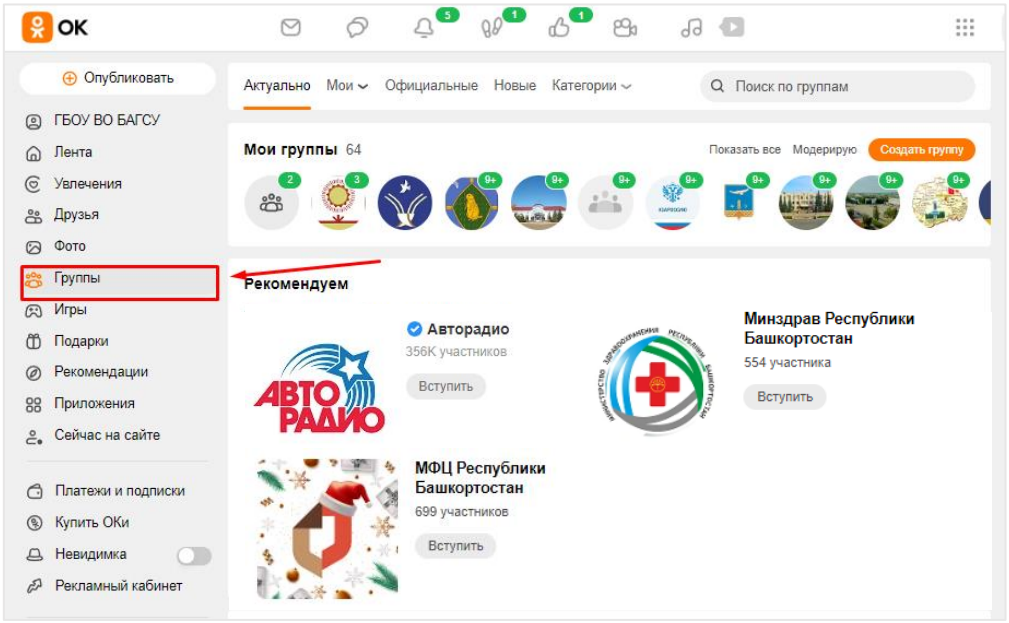


Рисунок 229. Раздел «Группы»

В открывшейся странице представлены группы, в которых вы состоите, а также группы, которые вам рекомендует социальная сеть «Одноклассники». В разделе «Группа» вы можете найти группы по вашим интересам. Для этого необходимо навести курсор на поле «Поиск по группам» и нажать левую кнопку мыши. При помощи клавиатуры введите требуемое наименование группы. В качестве примера введем текст: «ЦИК Республики Башкортостан». Для начала поиска нажмите кнопку «Enter» на клавиатуре (рис. 230).

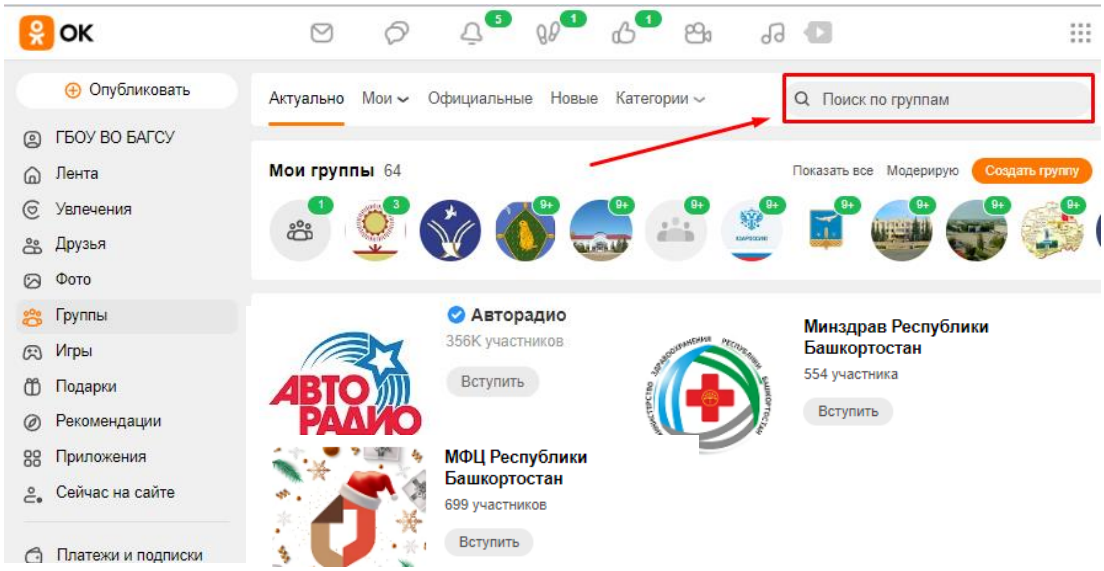


Рисунок 230. Поиск группы

В открывшемся окне будет представлен список найденных групп. Для вступления в группу нажмите кнопку «Вступить», которая размещена под аватаром группы (рис. 231).



Аватар – это главное фото или иное изображение, необходимое для идентификации пользователя/группы в социальной сети.

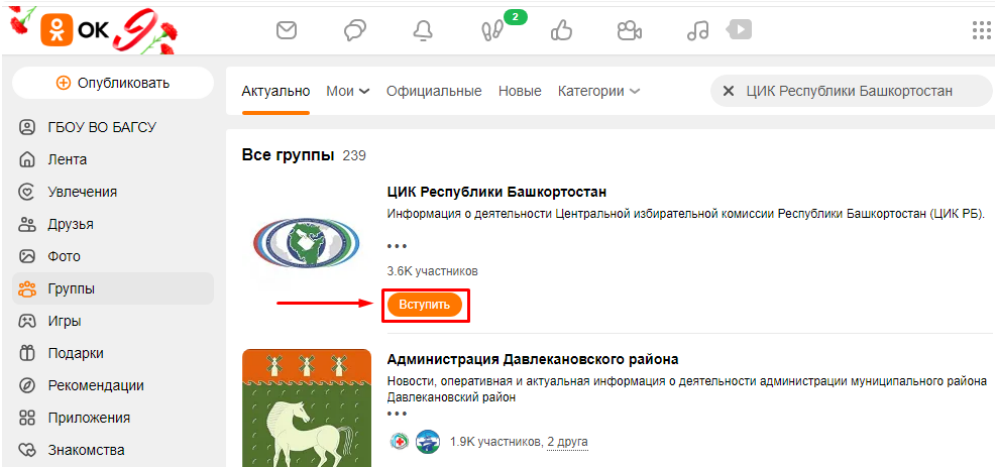


Рисунок 231. Вступление в группу

После вступления в группу появится соответствующее уведомление (рис. 232).

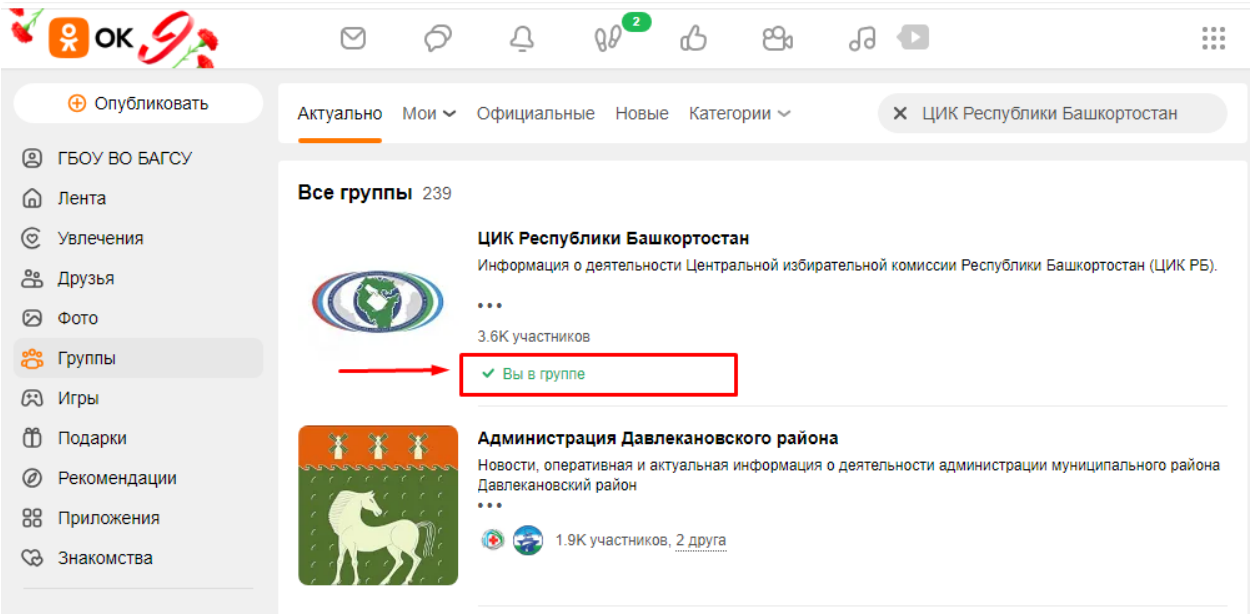


Рисунок 232. Вступление в группу

Для перехода в группу необходимо навести курсор на ее наименование или аватар. Далее нажать левую кнопку мыши (рис.233).

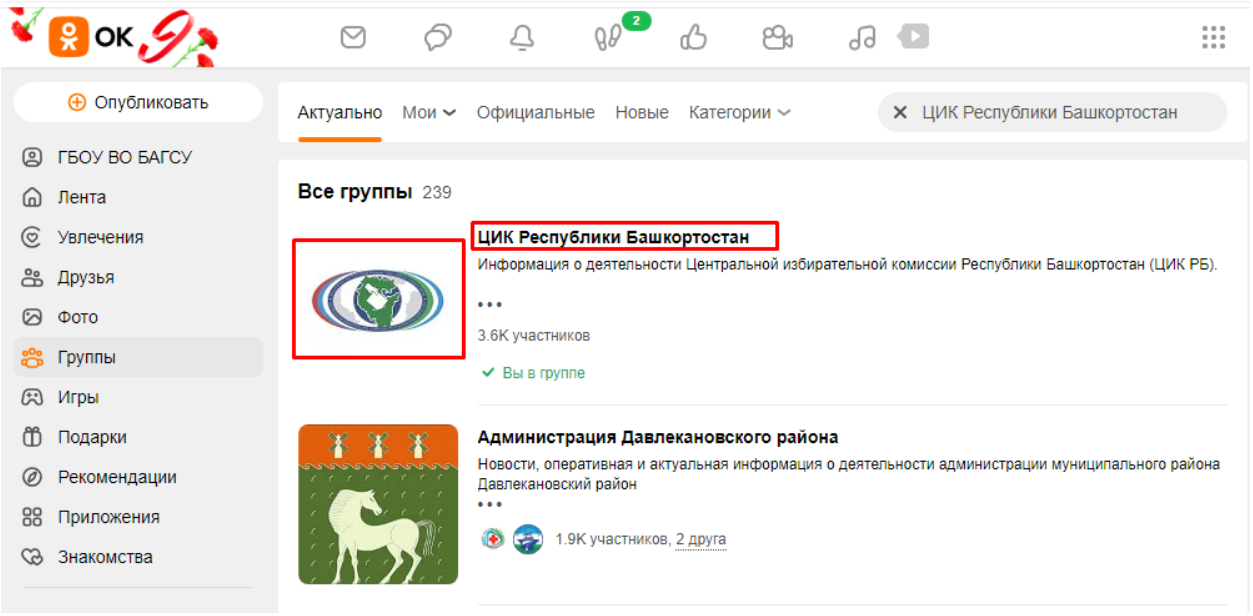


Рисунок 233. Просмотр подробной информации о группе

В открывшемся окне отображается подробная информация о группе и опубликованные заметки (рис. 234).

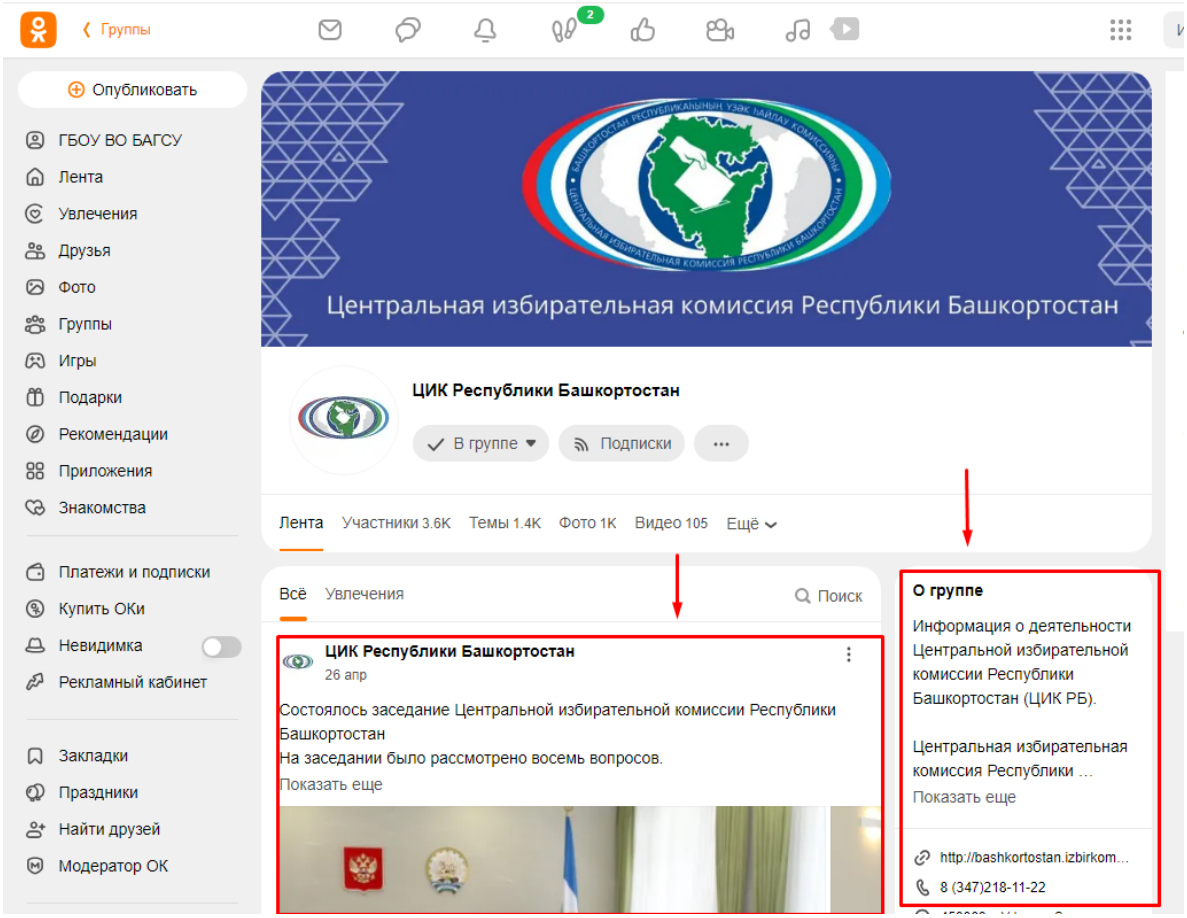


Рисунок 234. Просмотр подробной информации о группе

В социальной сети «Одноклассники» можно бесплатно создать собственную группу. Для этого перейдите в раздел «Группы» (рис. 235).

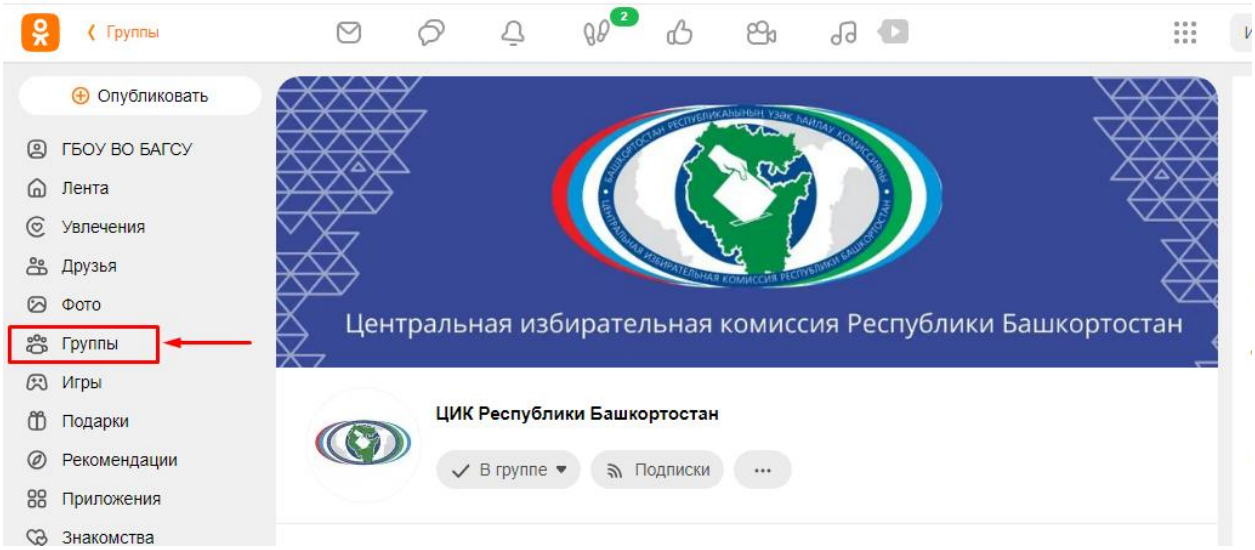


Рисунок 235. Создание группы

Для создания собственной группы вам необходимо нажать кнопку «Создать группу», расположенную справа сверху (рис. 236).

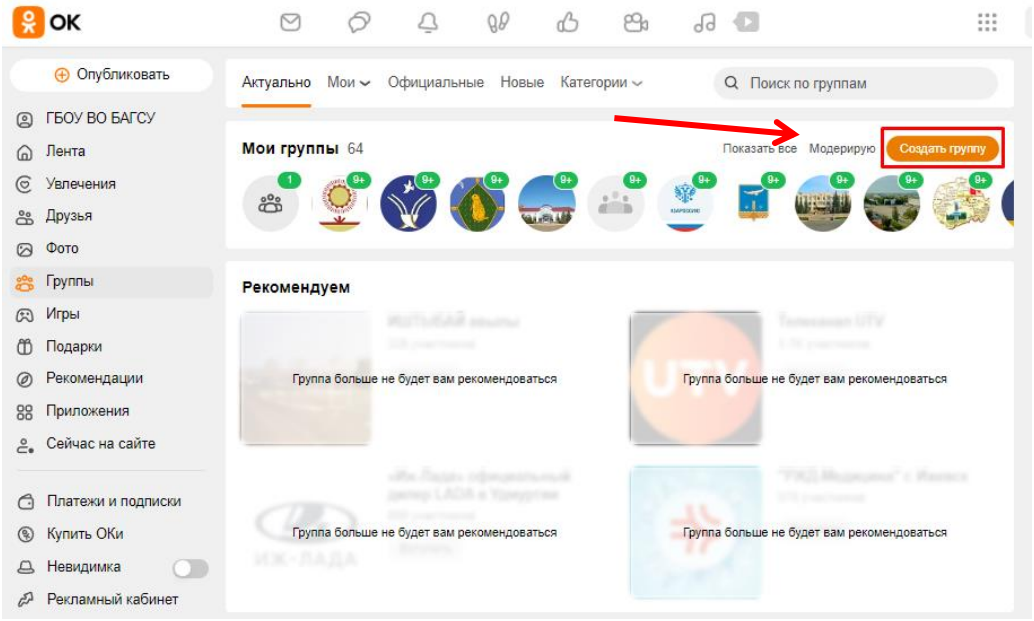


Рисунок 236. Создание группы

Во всплывающем окне представлено 3 типа группы. Рассмотрим их более подробно (рис. 237).

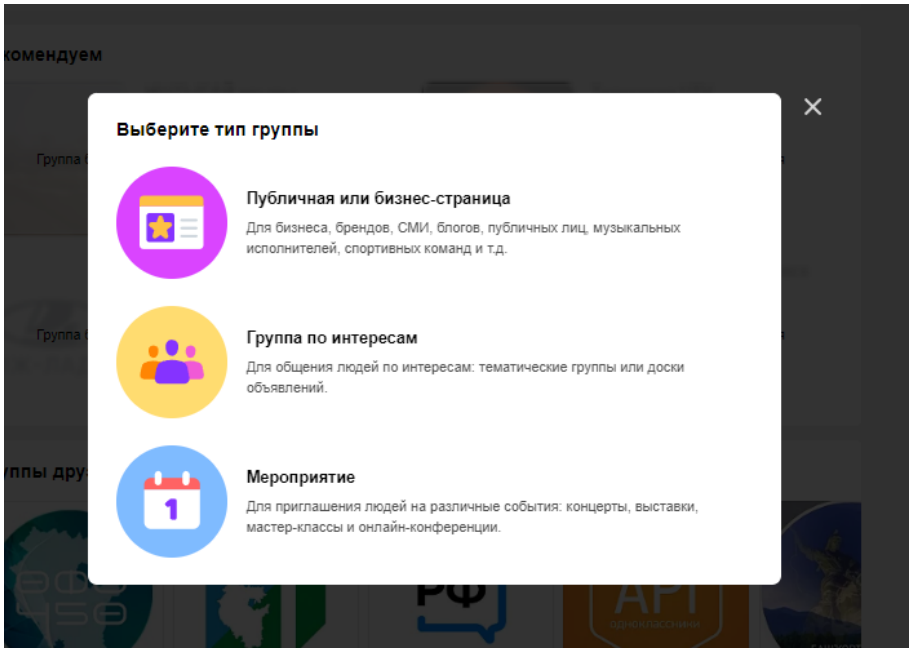


Рисунок 237. Выбор типа создаваемой группы

Публичная или бизнес-страница. Самый популярный вид группы, подходящий для ведения бизнеса, брендов, СМИ, блогов, сообщества публичных лиц, музыкальных исполнителей, спортивных команд и т.д. (рис. 238).

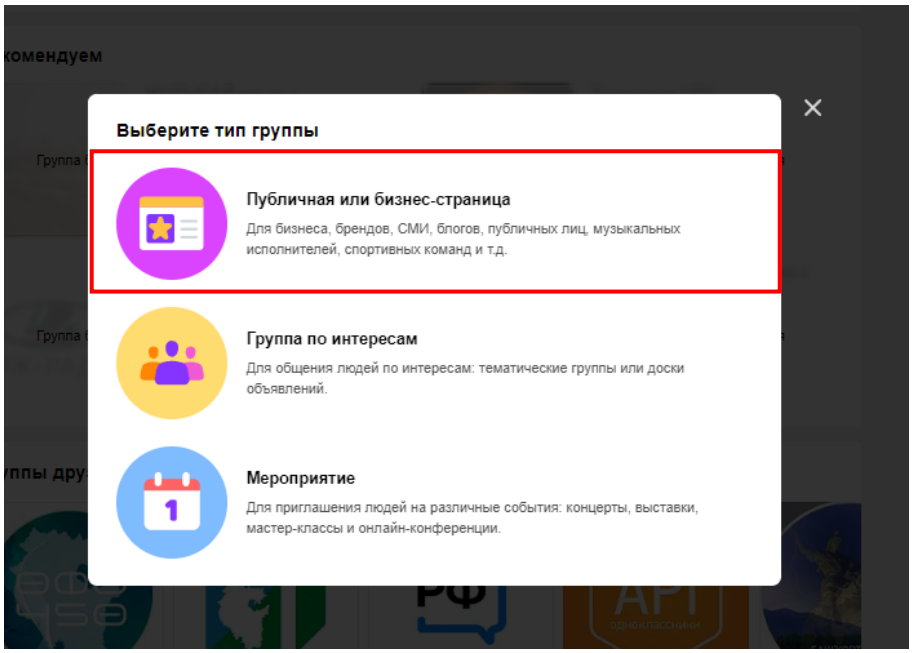


Рисунок 238. Тип группы «Публичная или бизнес-страница»

Группа по интересам. Предназначена для общения людей по интересам: тематические группы или доски объявлений (рис. 239).

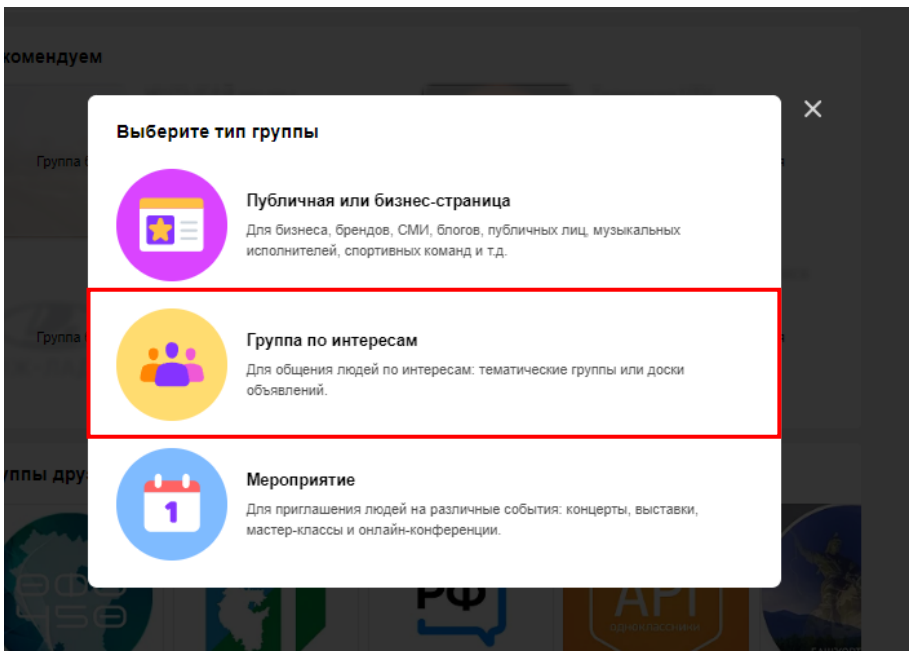


Рисунок 239. Тип группы «Группа по интересам»

Мероприятие. Подходит для приглашения людей на различные события: концерты, выставки, мастер-классы и онлайн-конференции (рис. 240).

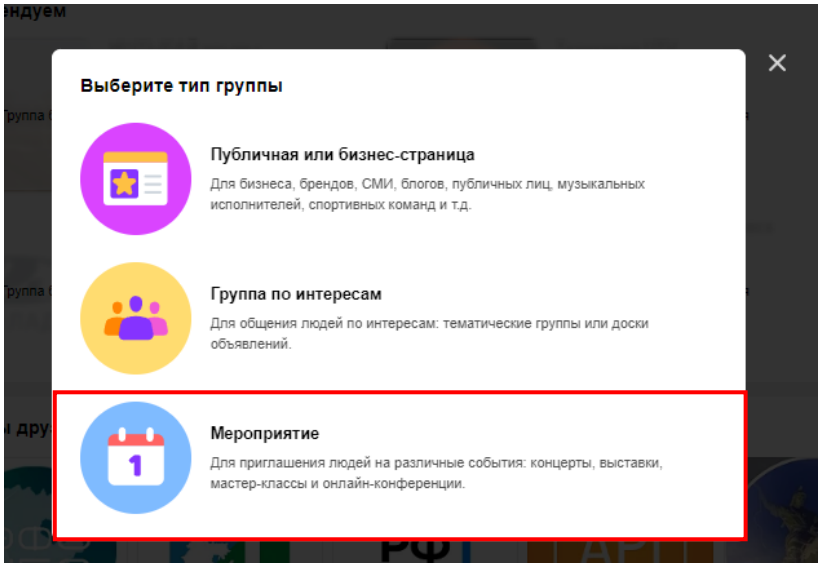


Рисунок 240. Тип группы «Мероприятие»

В качестве примера создадим группу типа «Публичная или бизнес-страница». Для этого наведите на данный тип группы курсор и нажмите левую кнопку мыши (рис. 241).

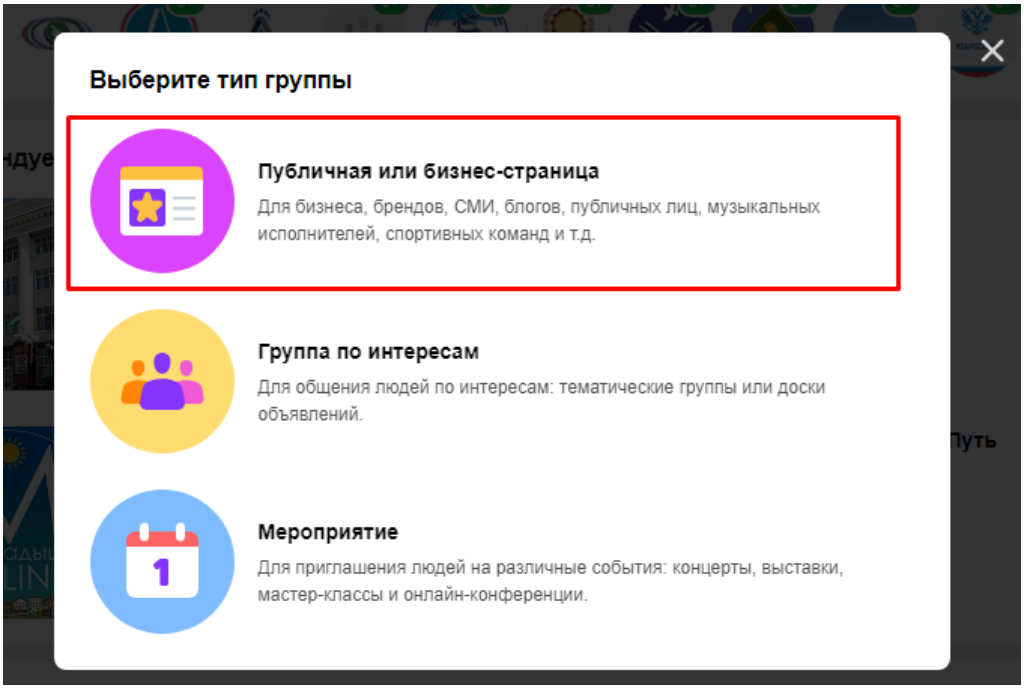


Рисунок 241. Создание группы типа «Публичная или бизнес-страница»

В открывшейся странице заполним поле «Название» (1). В качестве примера укажем следующее наименование группы: «БАГСУ при Главе РБ». Далее выберите тематику группы. Для этого нажмите кнопку с изображением

стрелки, направленной вниз (2) и, в выпадающем списке, выберите необходимую тематику (3). В данном случае, выберем «Образовательное учреждение» (рис. 242).

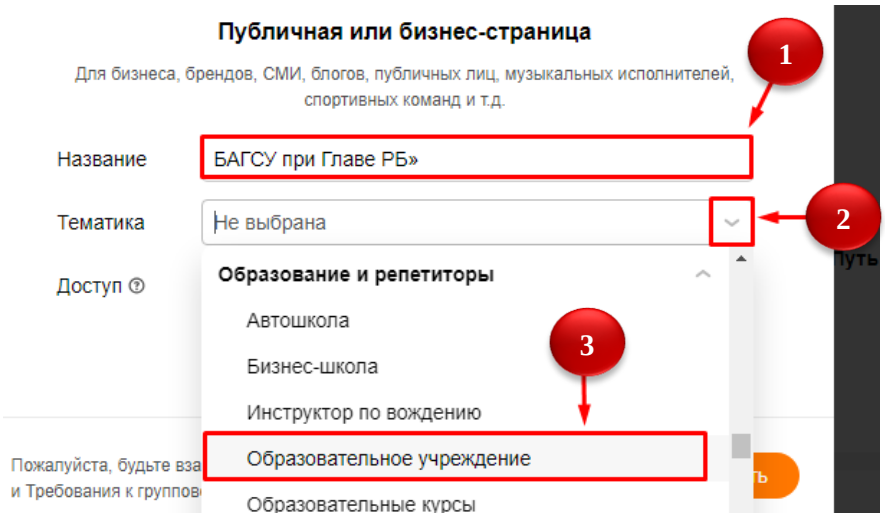


Рисунок 242. Создание группы типа «Публичная или бизнес-страница»

Далее необходимо определить тип доступа к группе:

- **Открытая группа.** Любой пользователь может просматривать контент группы и вступить в нее.
- **Закрытая группа.** Контент не доступен для просмотра посторонним пользователям. Стать участником можно только с одобрения администрации группы.
- **Секретная группа.** Контент группы доступен только участникам. Группу нельзя найти через поиск или в списке групп пользователей. Присоединиться можно только по приглашению администратора.

В качестве примера выберем «Открытый» тип доступа к группе (1). Далее нажмите кнопку «Создать» (2) (рис. 243).

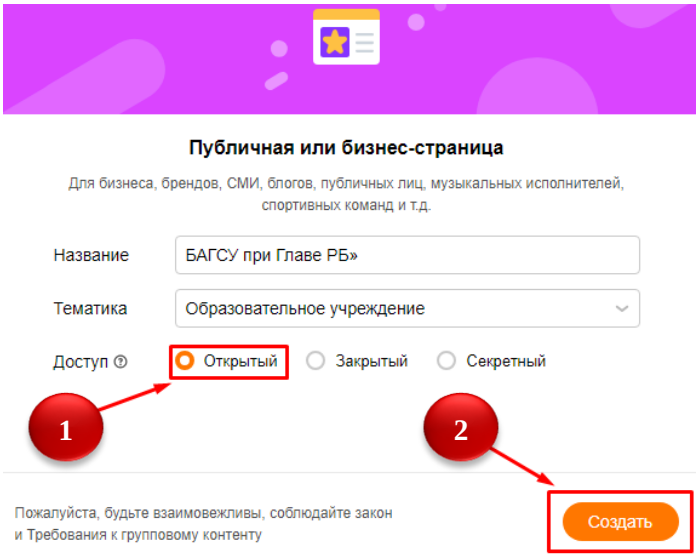


Рисунок 243. Создание группы типа «Публичная или бизнес-страница»

Группа создана. После ее создания вы сразу попадете на главную страницу (рис. 244).

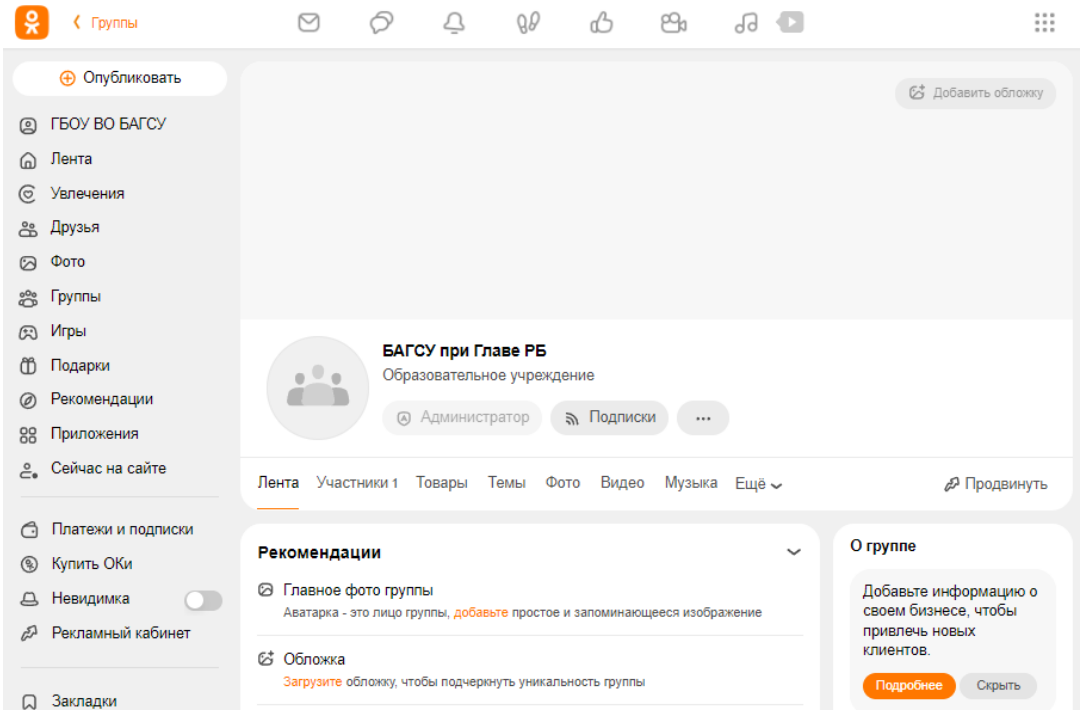


Рисунок 244. Главная страница созданной группы

Далее вам необходимо оформить группу. Во-первых, добавьте фотографию для созданной группы. Для этого наведите курсор мыши на серый круг слева от наименования группы (1) и, в выпадающем списке, выберите и нажмите кнопку «Выбрать главное фото» (2) (рис. 245).

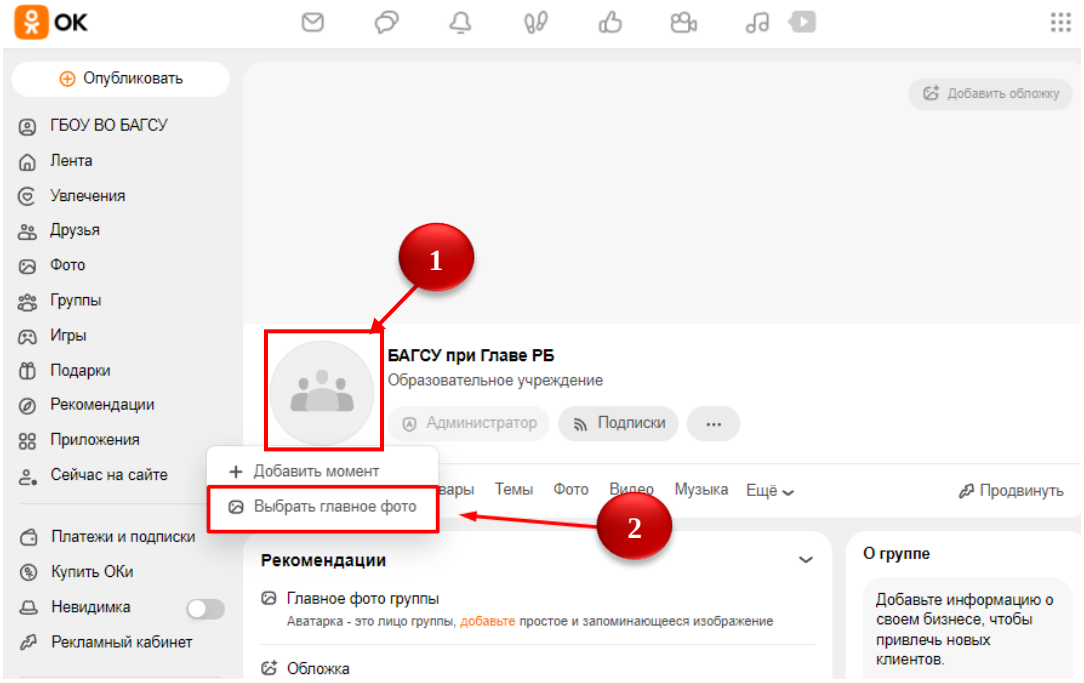


Рисунок 245. Установка главного фото группы

В открывшемся окне проводника выберите необходимую фотографию (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 246).

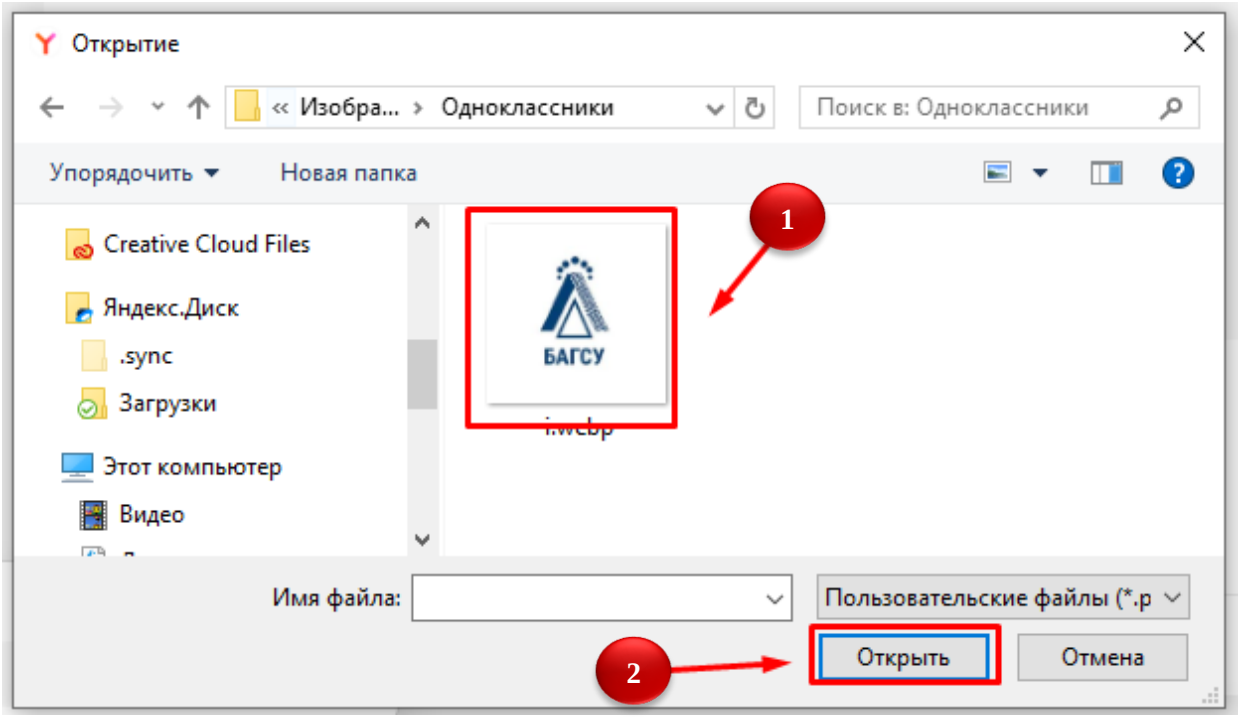


Рисунок 246. Установка главного фото группы

Главное фото установлено. Далее добавим обложку группы. Для этого нажмите кнопку «Добавить обложку», расположенную справа сверху (1) и, в выпадающем списке, выберите и нажмите кнопку «Настройки обложки» (2) (рис. 247).

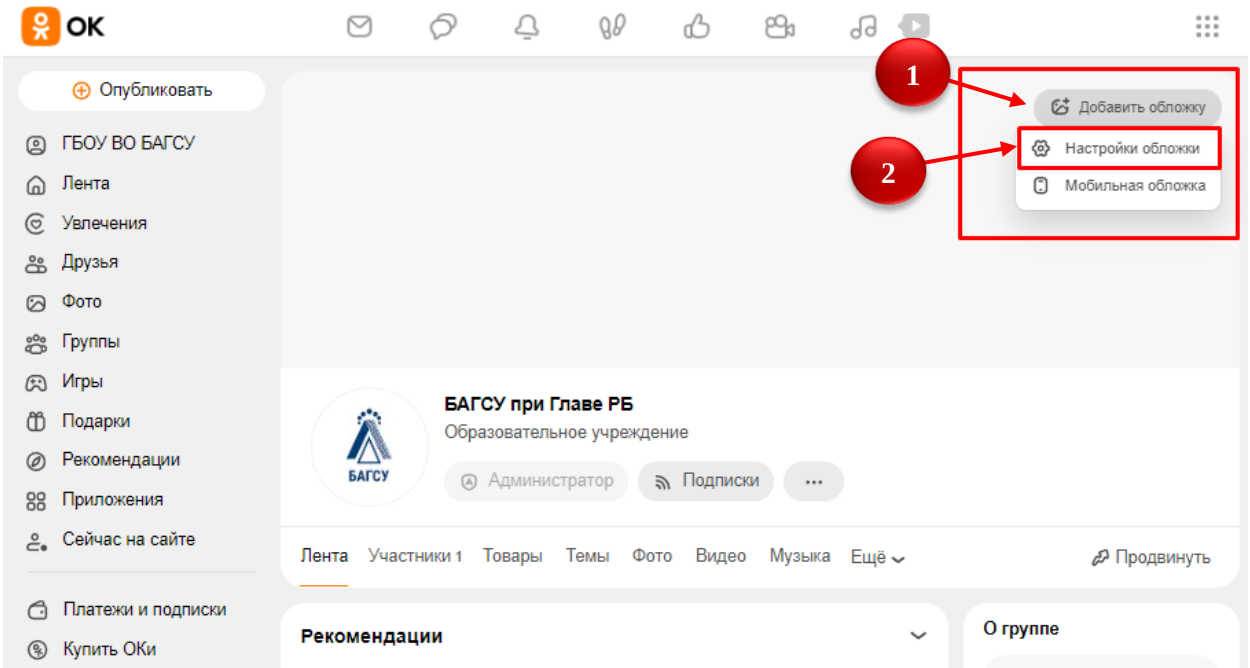


Рисунок 247. Добавление обложки в группу

В открывшемся окне нажмите кнопку «Добавьте фото» (рис. 248).

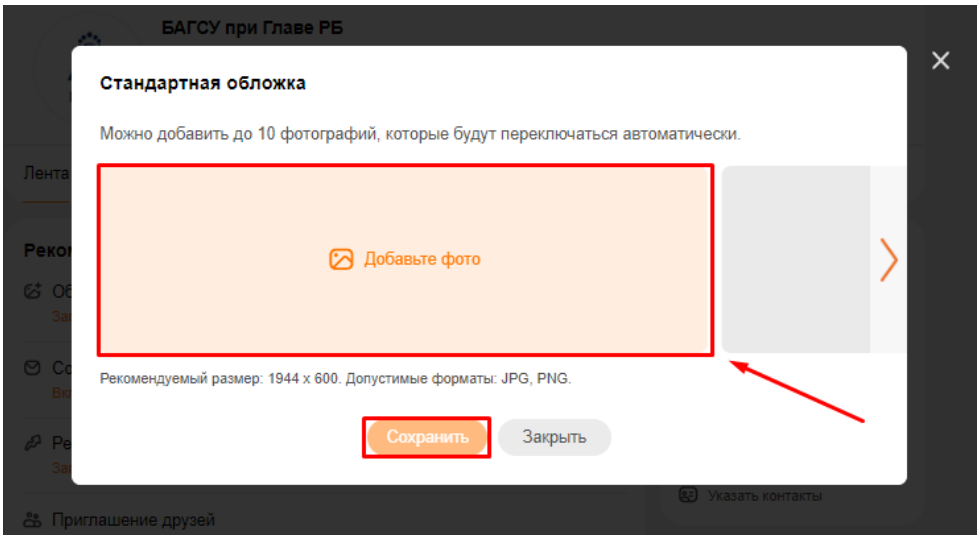


Рисунок 248. Добавление обложки в группу

В открывшемся окне нажмите кнопку «Загрузить фото с компьютера» (рис. 249).

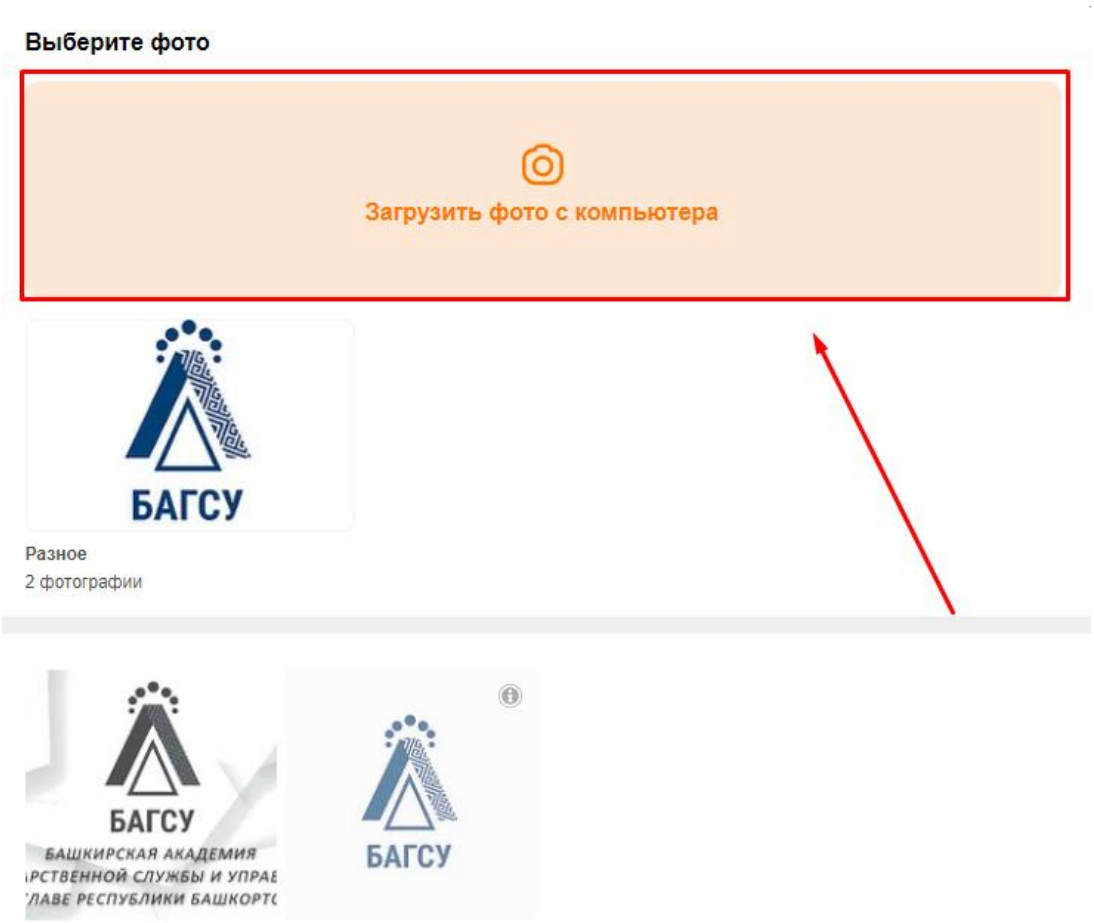


Рисунок 249. Добавление обложки в группу

В открывшемся окне проводника выберите необходимую фотографию (1) и нажмите на кнопку «Открыть» (2) (рис. 250).

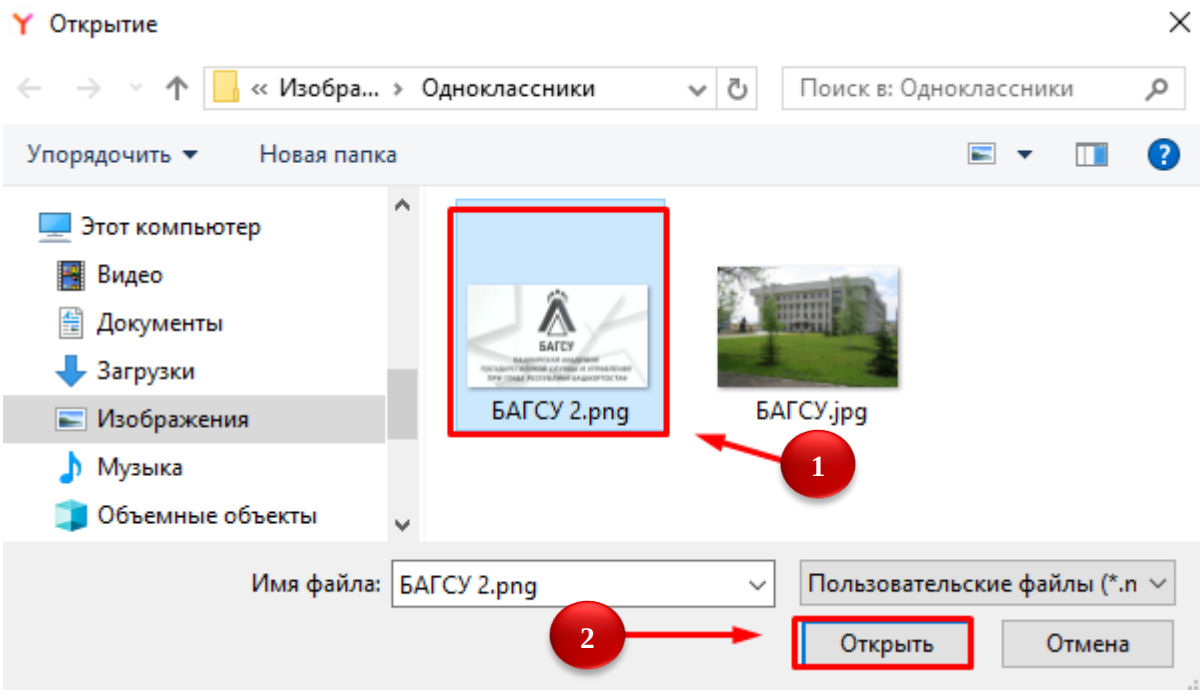


Рисунок 250. Добавление обложки в группу

Далее нажмите кнопку «Сохранить» (рис. 251).

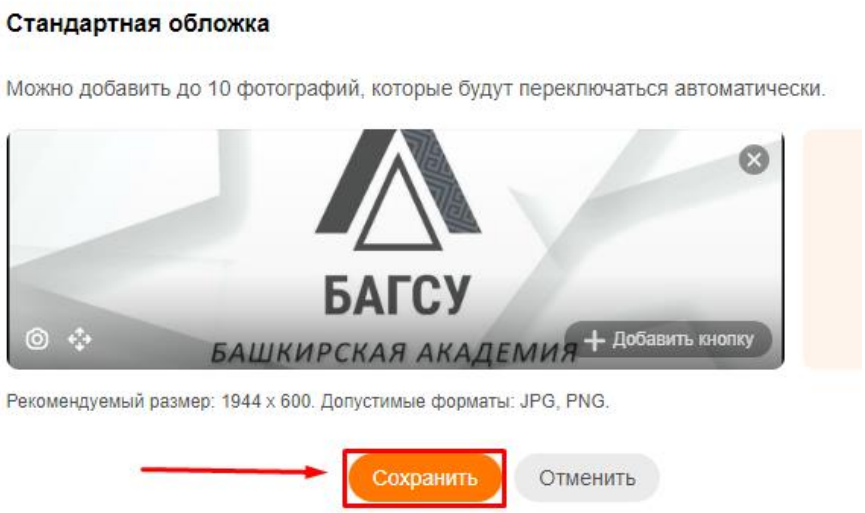


Рисунок 251. Добавление обложки в группу

Обложка добавлена и отображается в верхней части окна группы (рис. 252).

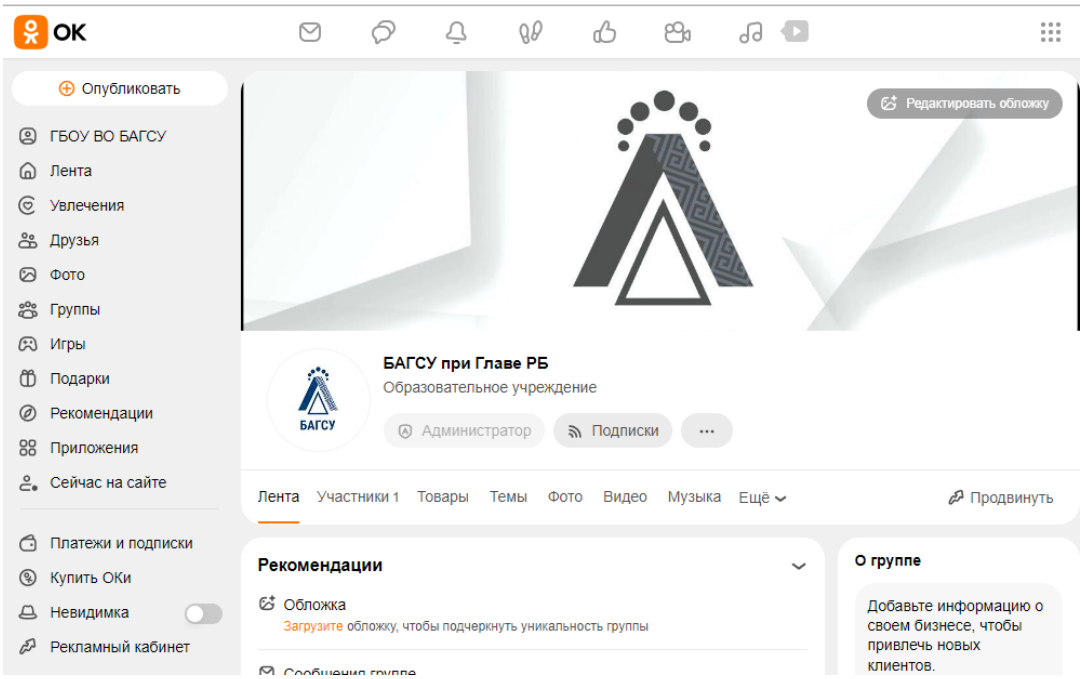


Рисунок 252. Добавление обложки в группу

Далее необходимо осуществить настройку группы. Для этого нажмите кнопку с изображением трех точек «…» (1) и, в выпадающем списке, выберите и нажмите кнопку «Настройки» (2) (рис. 253).

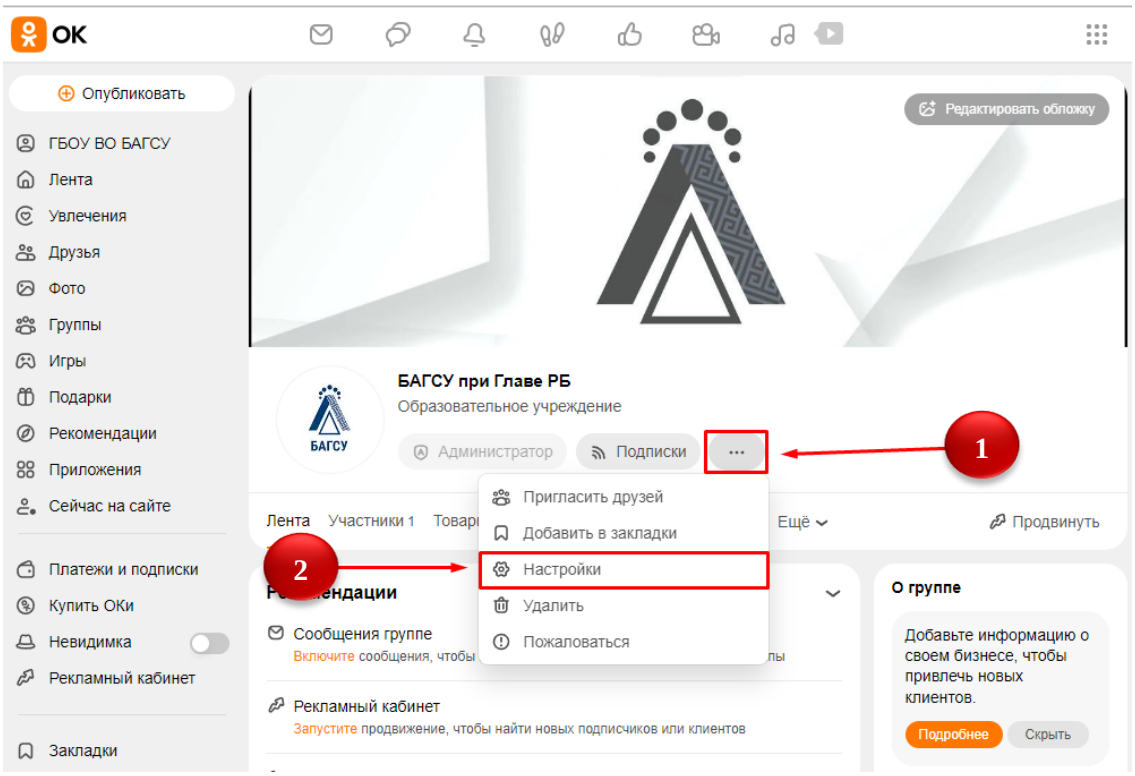


Рисунок 253. Настройки группы

Во вкладке «Основные» вы можете осуществить следующие настройки (рис. 254):

– Поменять название группы;
– Добавить описание группы;
– Поменять тематику группы;
– Поменять доступ к группе;
– Установить правила группы;
– Добавить возрастные ограничения;
– Указать контактную информацию.

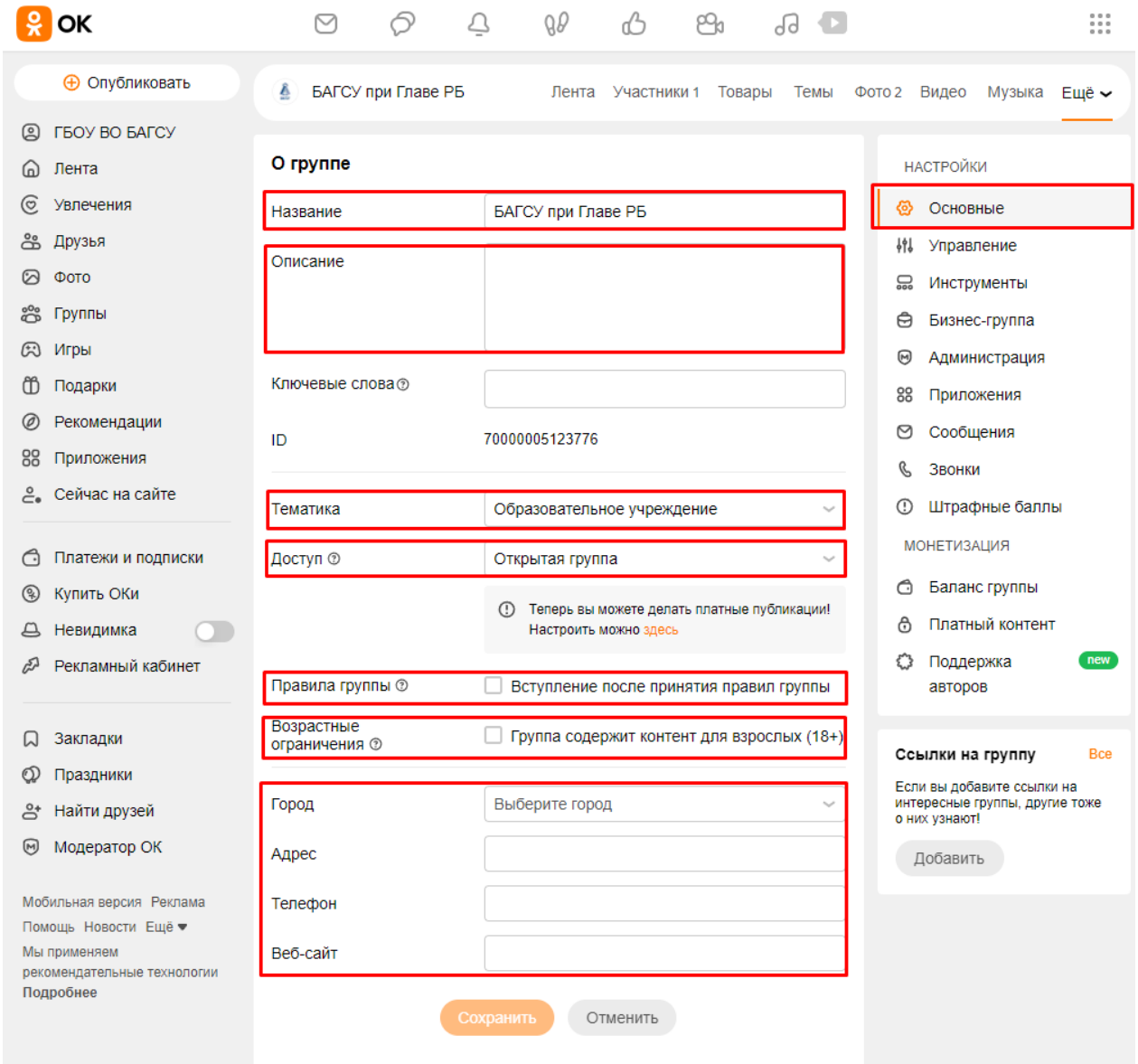


Рисунок 254. Настройка группы. Вкладка «Основные»

Заполните пустые поля, указав информацию о вашей группе. Для сохранения внесенных изменений и дополнений необходимо нажать кнопку «Сохранить», расположенную в нижней части окна настроек (рис. 255).

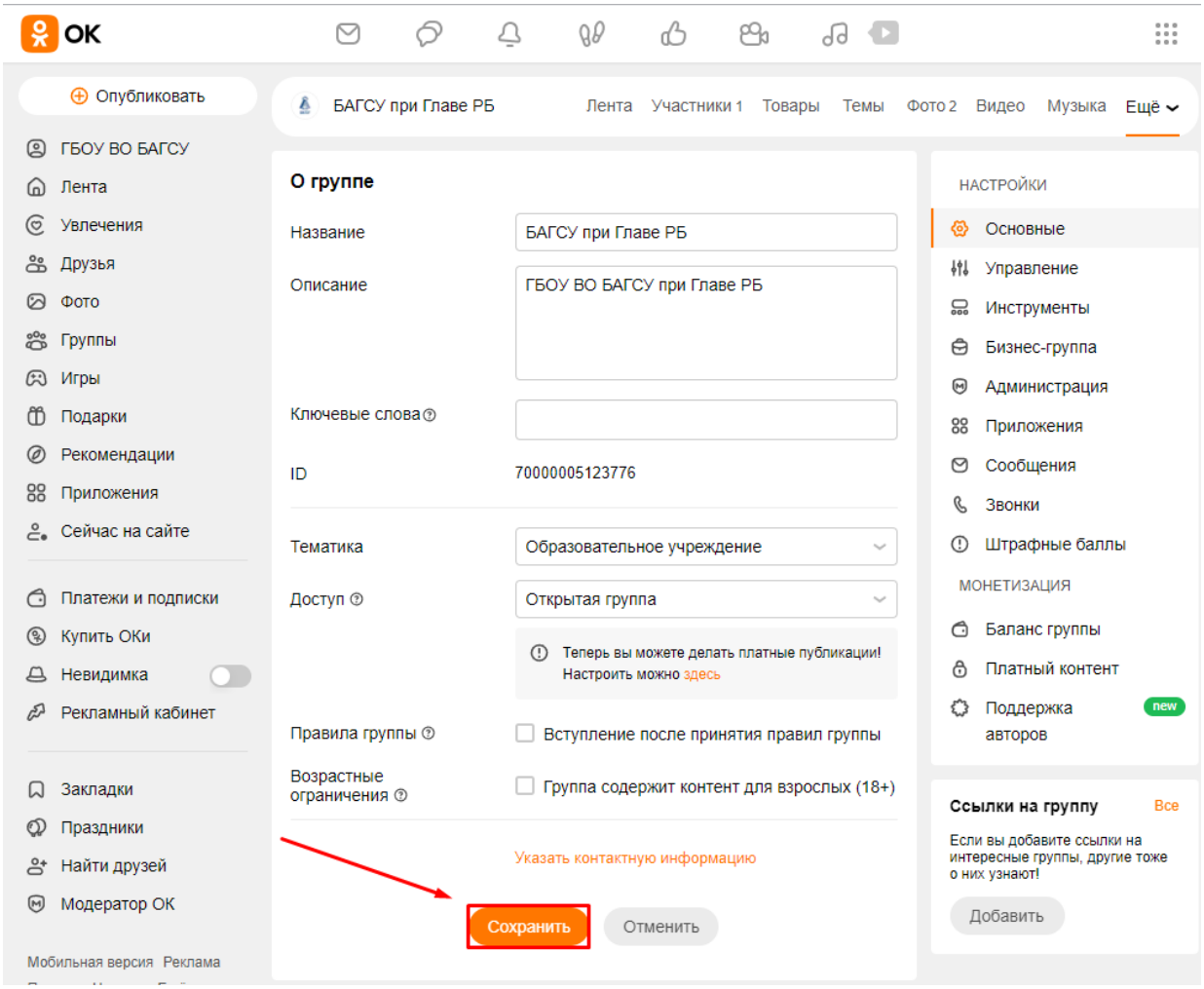


Рисунок 255. Настройка группы. Вкладка «Основные»

Далее перейдите во вкладку «Управление» (рис. 256).

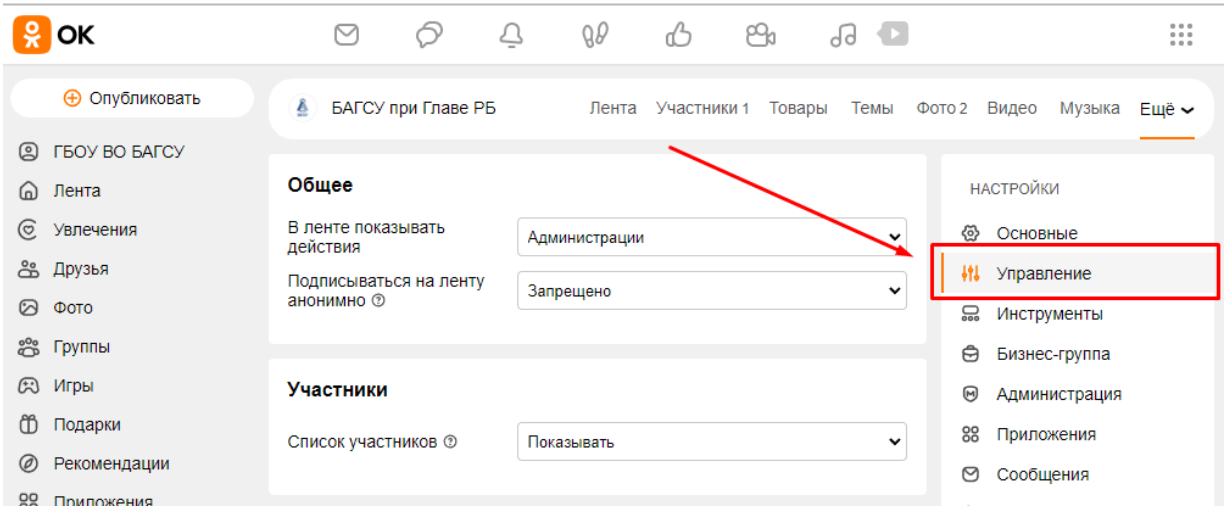


Рисунок 256. Настройка группы. Вкладка «Управление»

В данной вкладке вы можете определить кто может публиковать заметки группы, настроить отображение участников группы, включить/отключить возможность оставления комментариев и т.д. Для сохранения внесенных изменений необходимо нажать кнопку «Сохранить» (рис. 257).

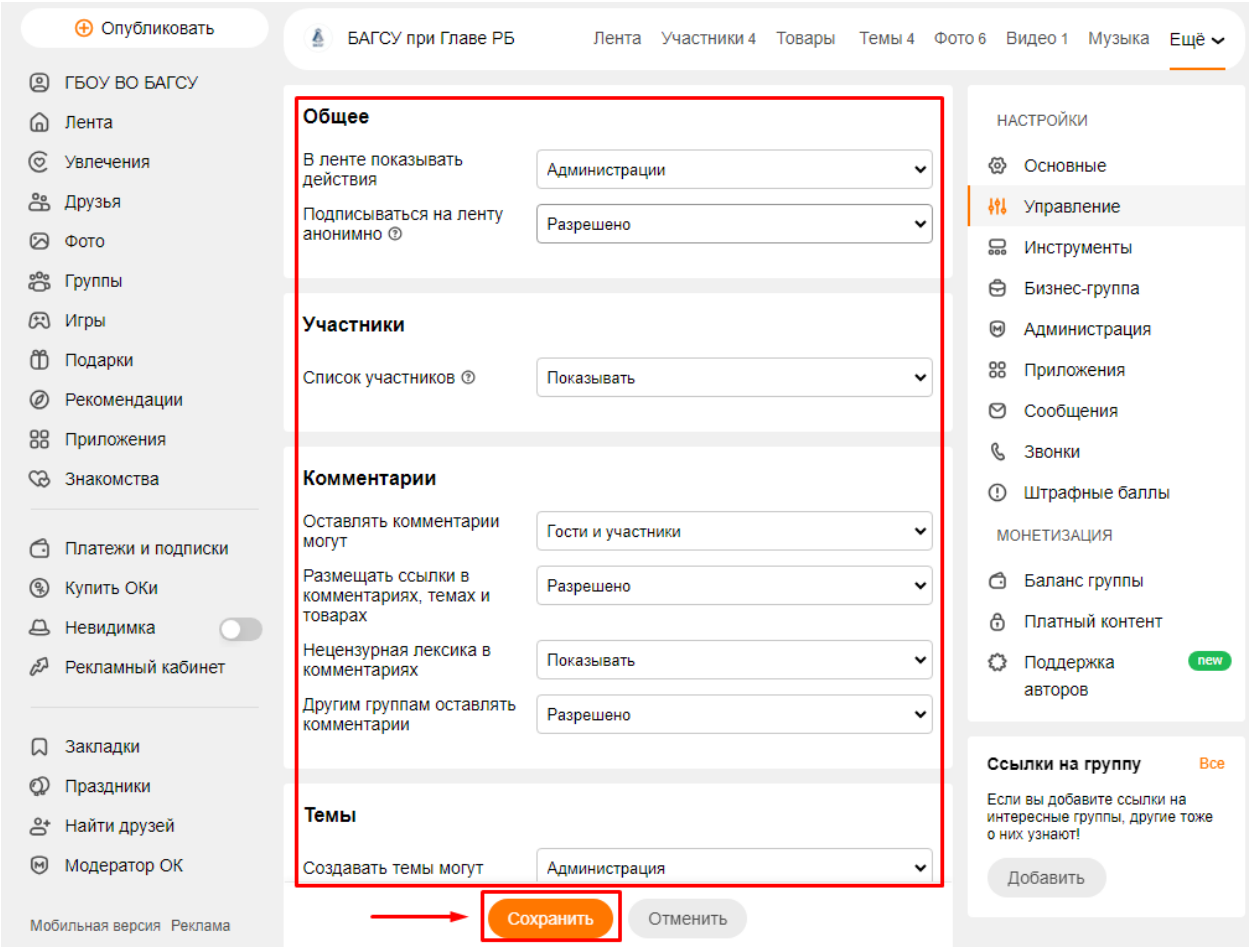


Рисунок 257. Настройка группы. Вкладка «Управление»

Во вкладке «Администрация» вы можете добавлять в свою группу модераторов (рис. 258).

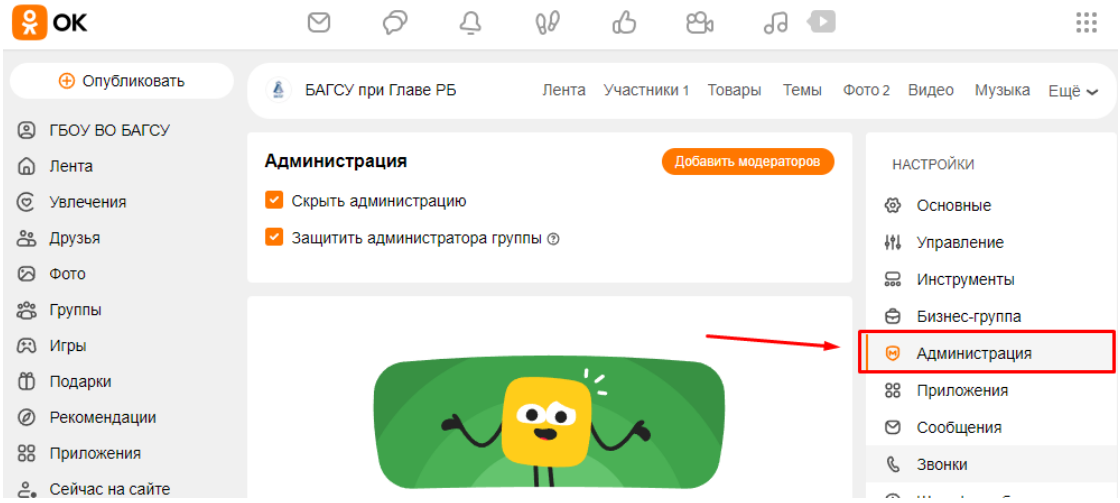


Рисунок 258. Настройка группы. Вкладка «Администрация»



Модератор – это человек, который следит за соблюдением правил группы. Он контролирует деятельность участников группы, разрешает споры и конфликты, а также удаляет неприемлемые материалы или спам.

Модераторам могут быть назначены особые права (рис. 259):

- **Супермодератор.** Обладает всеми правами по настройке группы, управлением другими модераторами, участниками и контентом;
- **Модератор.** Имеет возможности по управлению участниками группы и контентом;
- **Редактор**. Имеет доступ к публикации контента и просмотру статистики;
- **Аналитик**. Может просматривать статистику группы.

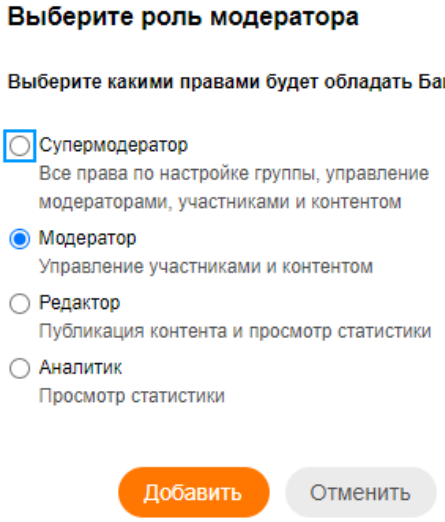


Рисунок 259. Настройка группы. Права модератора

Перейдите во вкладку «Приложения». Здесь можно добавить в группу приложения, позволяющие расширить ее функционал (рис. 260).

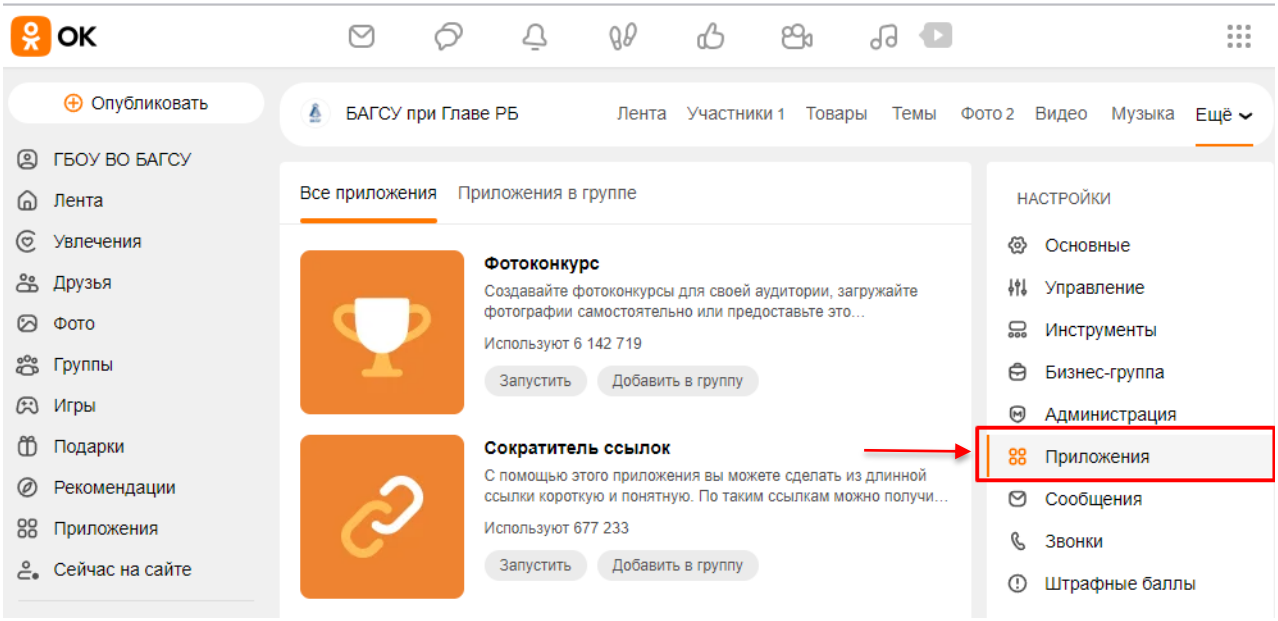


Рисунок 260. Настройка группы. Вкладка «Приложения»

Для того, чтобы добавить приложение в свою группу, необходимо нажать кнопку «Добавить в группу», размещенную под наименованием приложения (рис. 261).

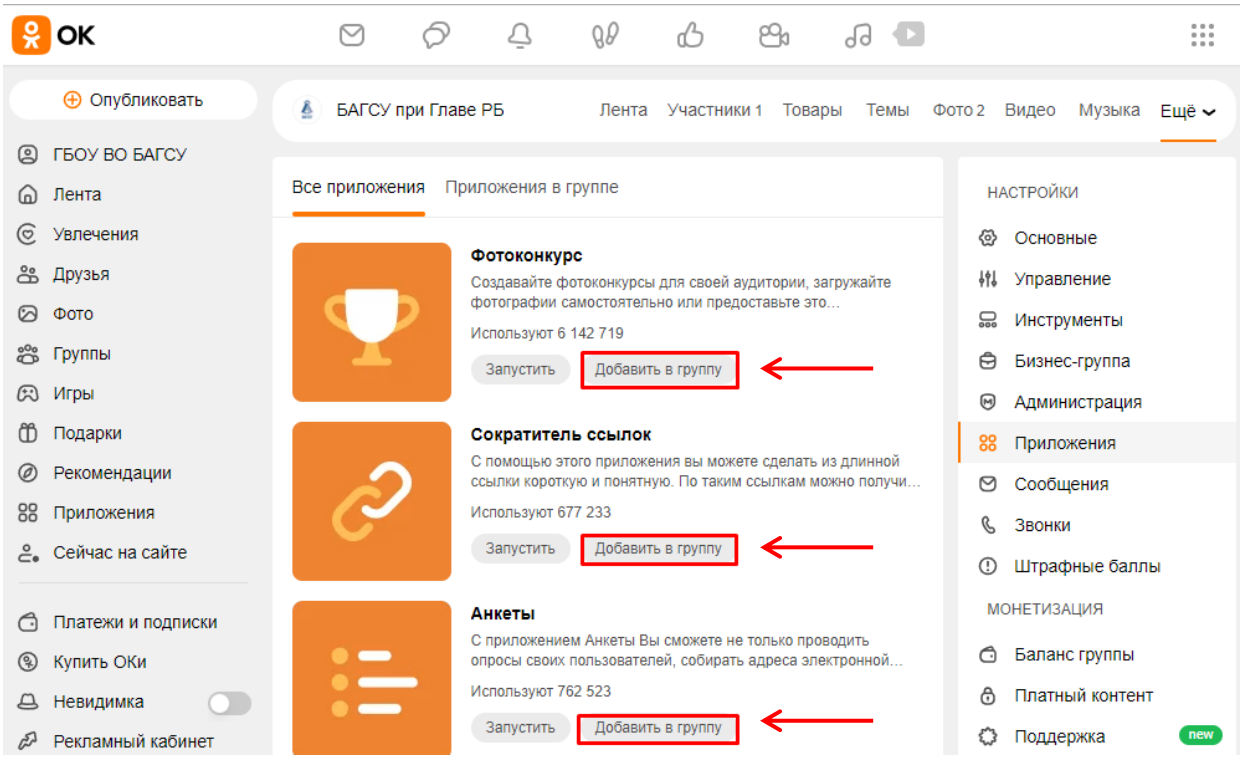


Рисунок 261. Вкладка «Приложения»

После чего в открывшемся окне вы можете поменять название приложения и установить настройки видимости приложения для участников группы (рис. 262).

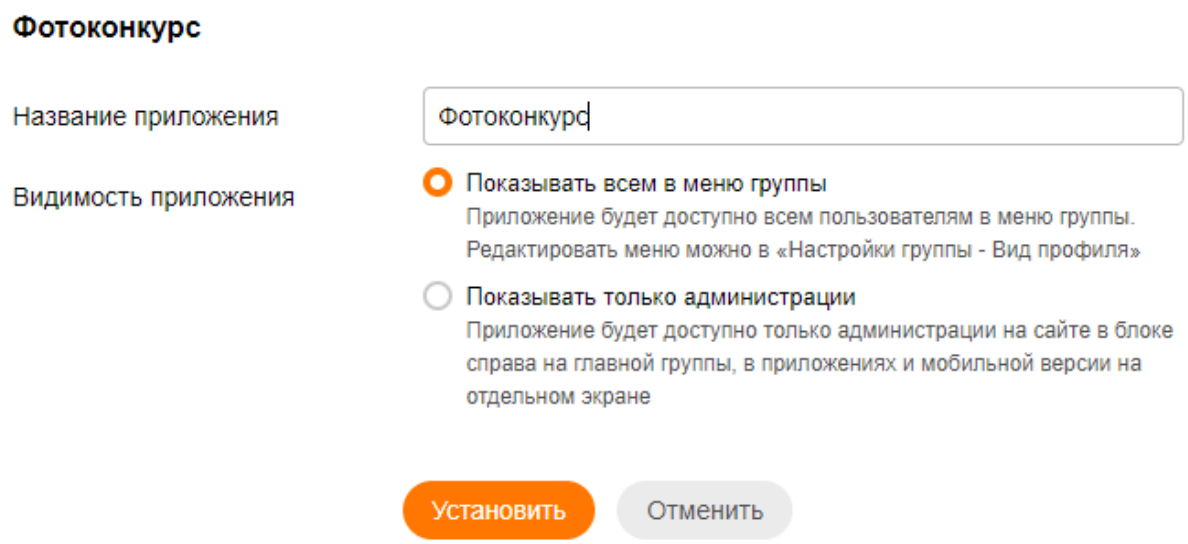


Рисунок 262. Добавление приложения в группу

Приложение, добавленное в группу, будет отображаться в разделе «Меню» на главной странице группы (рис. 263).

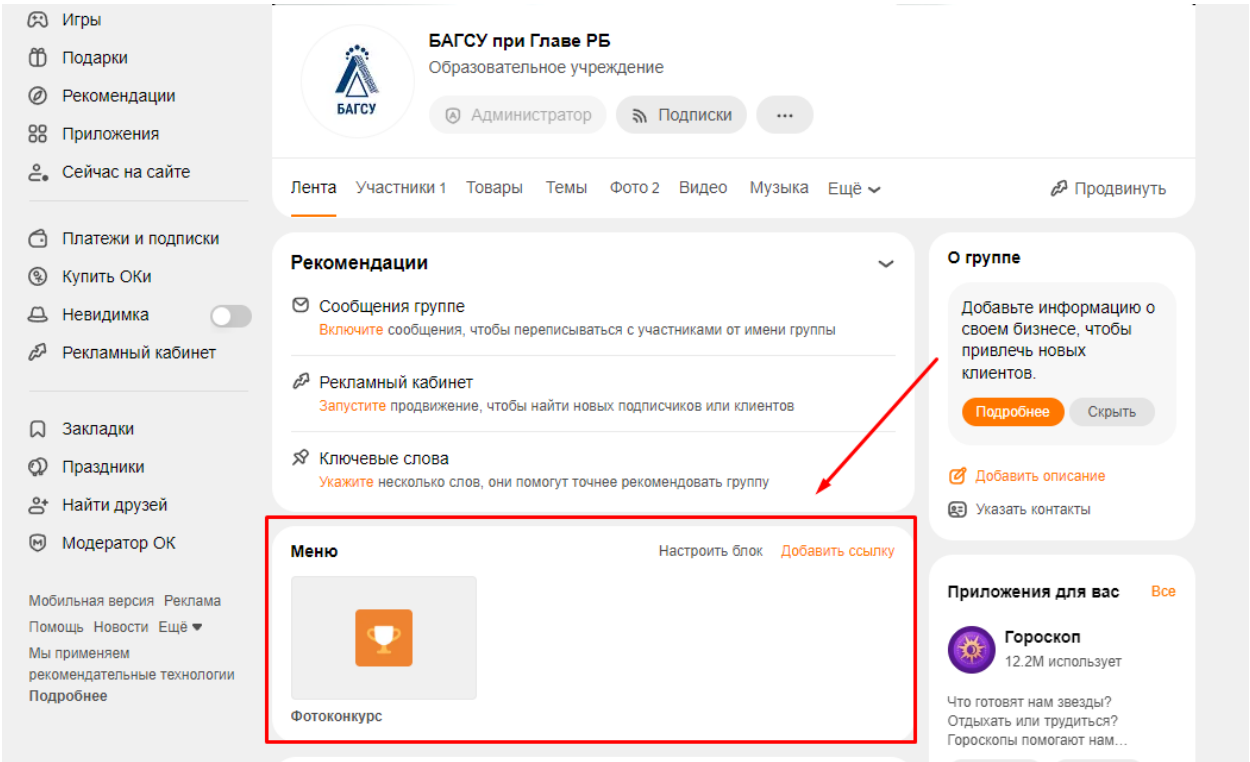


Рисунок 263. Добавление приложения в группу

Перейдите во вкладку «Сообщения» (рис. 264).

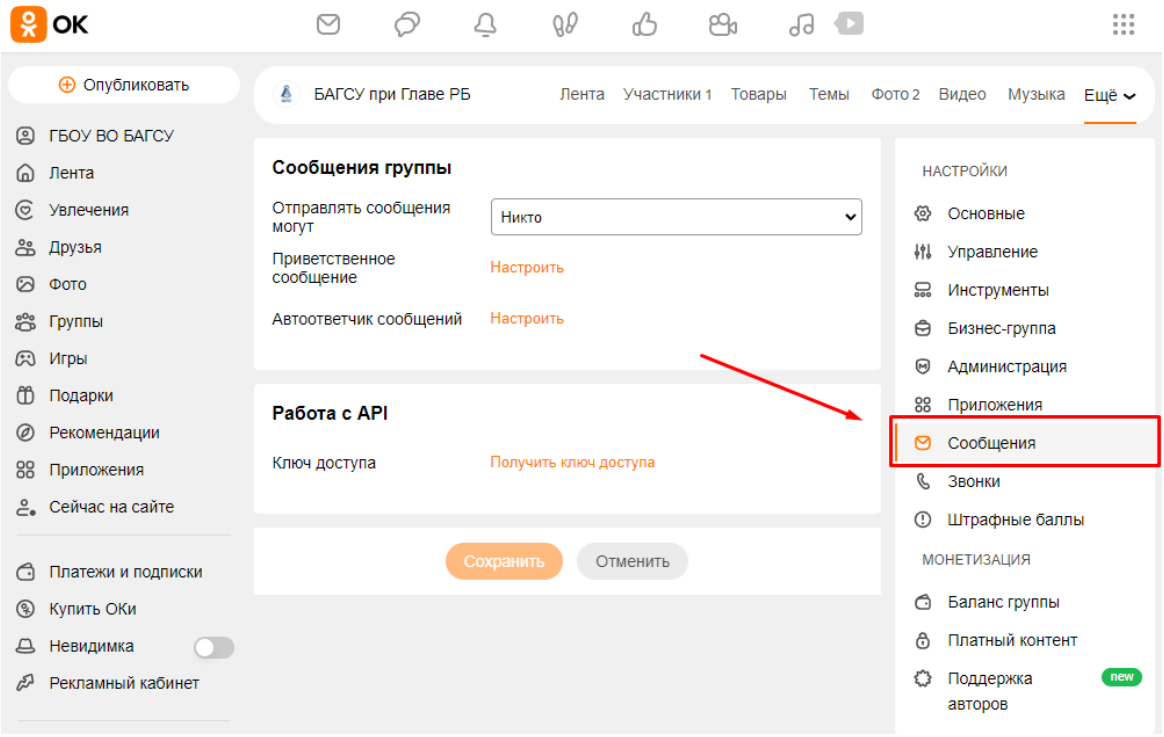


Рисунок 264. Вкладка «Сообщения»

В данной вкладке осуществляется настройка возможности отправления сообщений пользователями в вашей группе. Для установления необходимых настроек, наведите курсор на поле «Отправлять сообщения могут» и, в выпадающем списке, выберите требуемый вариант: Никто/Участники/Гости и участники (рис. 265).

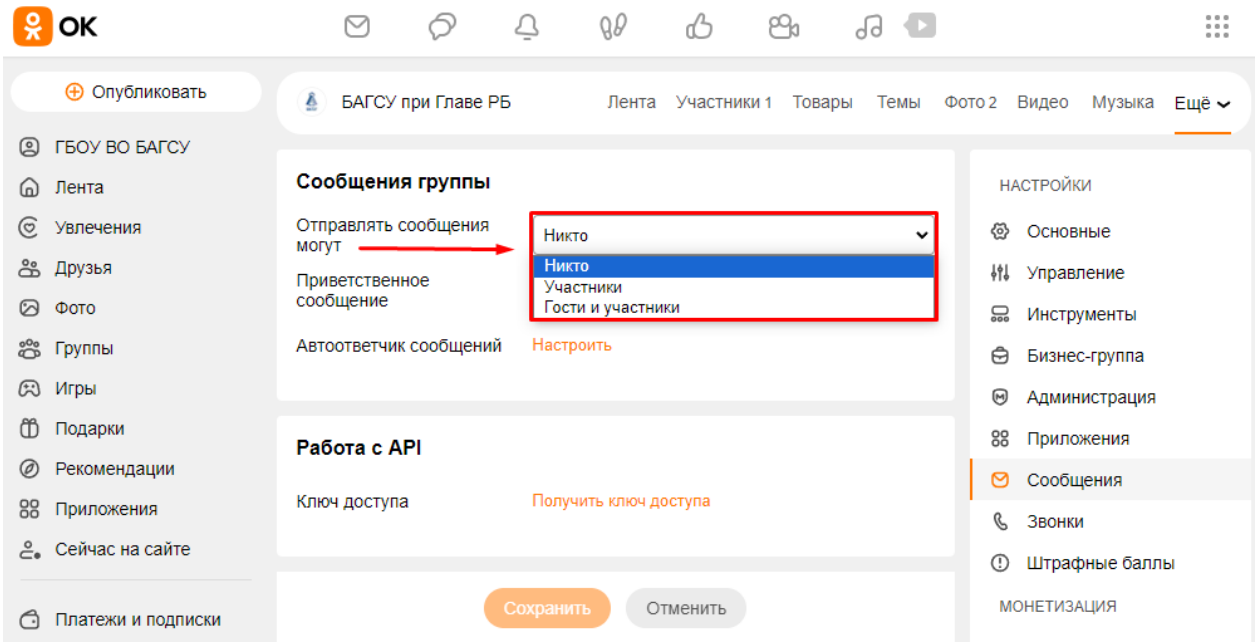


Рисунок 265. Вкладка «Сообщения»

После настройки вкладки «Сообщения» сохраните все изменения. Для этого нажмите на кнопку «Сохранить» (рис. 266).

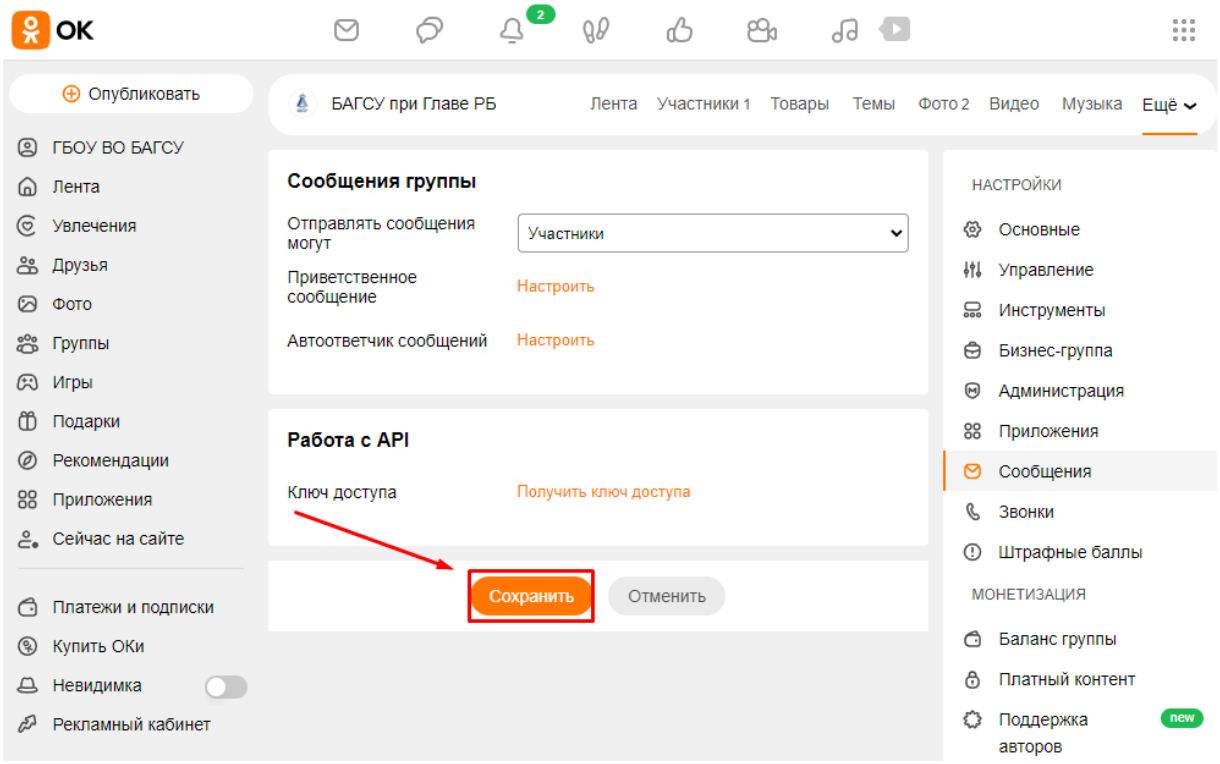


Рисунок 266. Вкладка «Сообщения»

После завершения всех настроек, перейдите на главную страницу группы. Для этого наведите курсор мыши на название группы и нажмите левую кнопку (рис. 267).

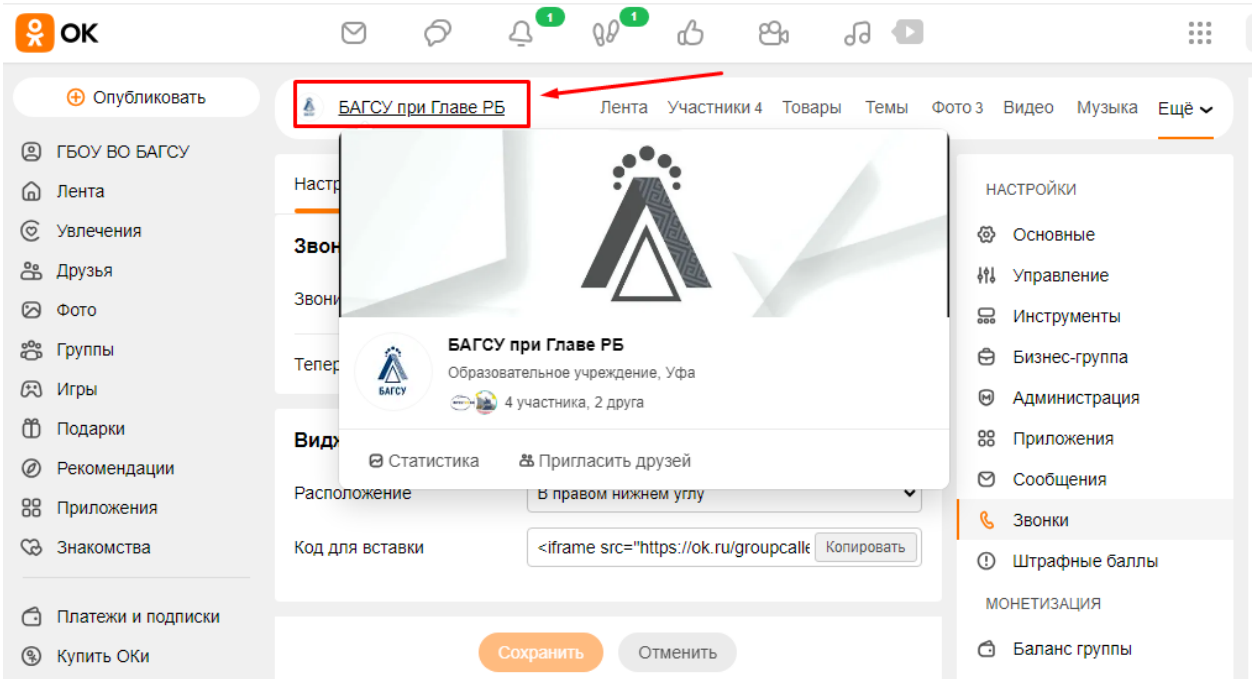


Рисунок 267. Главная страница группы

На главной странице отображается информация, которую вы добавили в настройках группы (рис. 268).

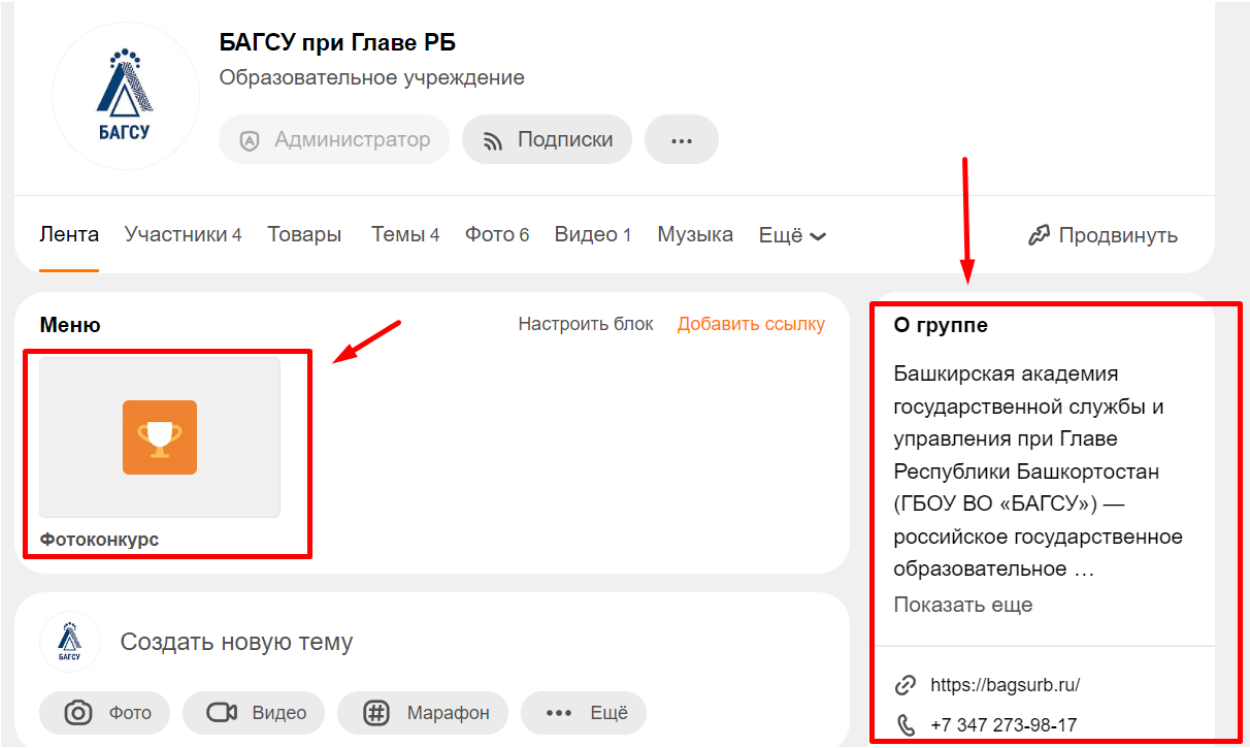


Рисунок 268. Главная страница группы

Рассмотрим возможности публикации постов в группе. Для этого необходимо навести курсор компьютерной мыши на поле «Создать новую тему» и нажать левую кнопку (рис. 269).

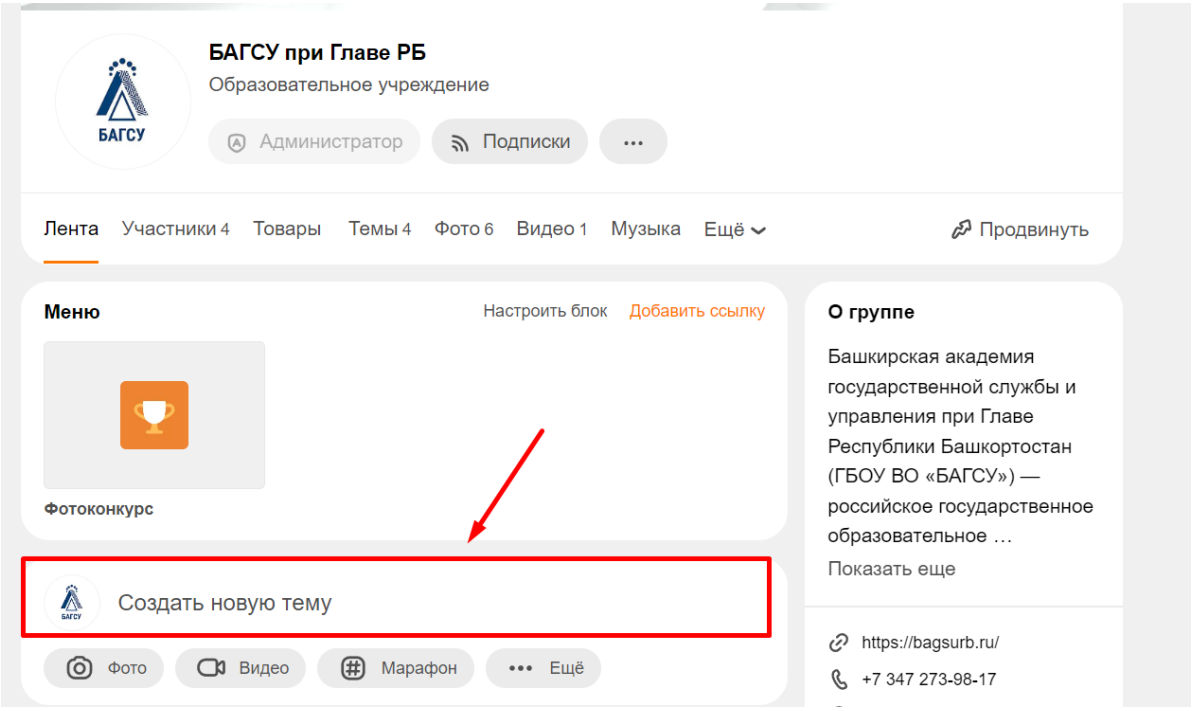


Рисунок 269. Создание новой темы

В открывшемся окне представлен редактор постов. Пост может включать в себя текст, фото, видео, музыку, опрос и т.д. Рассмотрим их более подробно.

Создание поста с текстом и фото. Для того, чтобы добавить текст к посту необходимо навести курсор компьютерной мыши на поле «Введите текст» и нажать левую кнопку. Далее введите текст (рис. 270). В качестве примера укажем: «БАГСУ при Главе Республики Башкортостан».

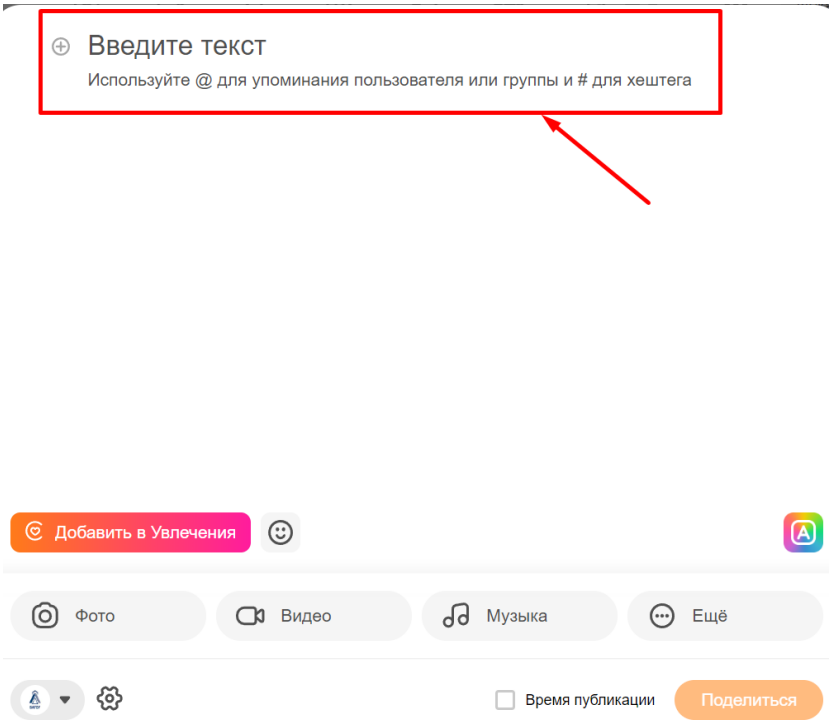


Рисунок 270. Добавление текста к посту

Добавим к данному посту фото. Для этого необходимо нажать кнопку «Фото» (рис. 271).

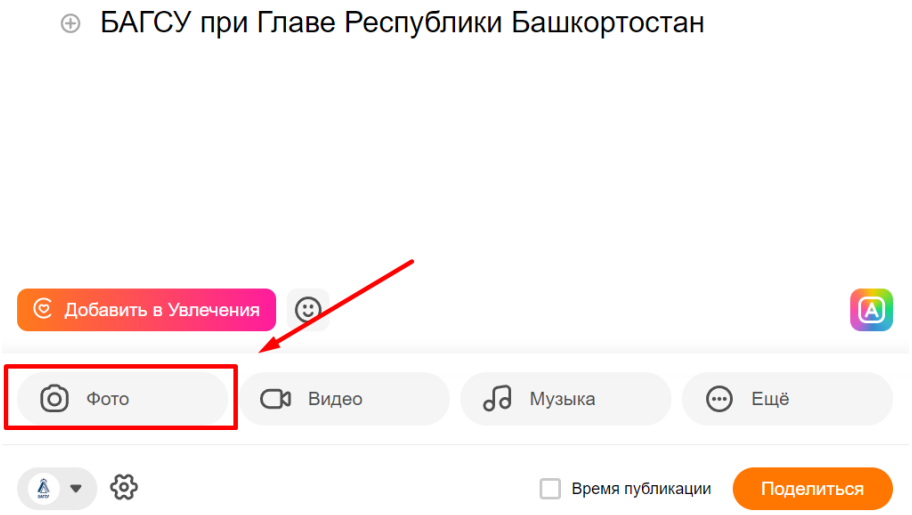


Рисунок 271. Добавление фото к посту

В открывшемся окне нажмите кнопку «Загрузить фото с компьютера» (рис. 272).

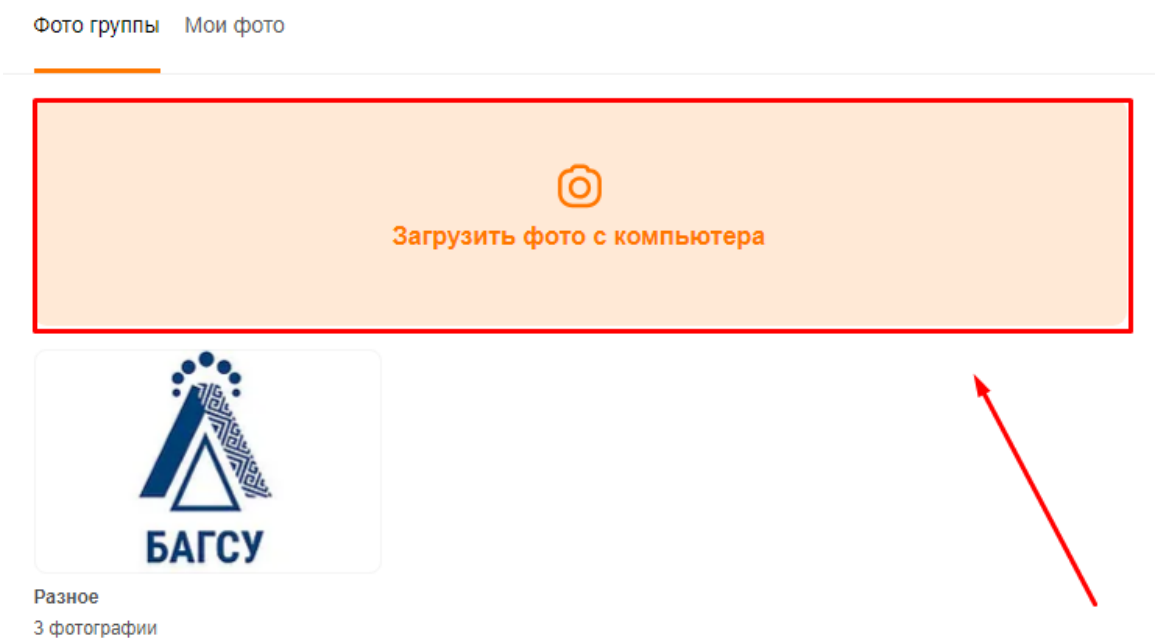


Рисунок 272. Добавление фото к посту

В открывшемся окне проводника выберите необходимое фото (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 273).

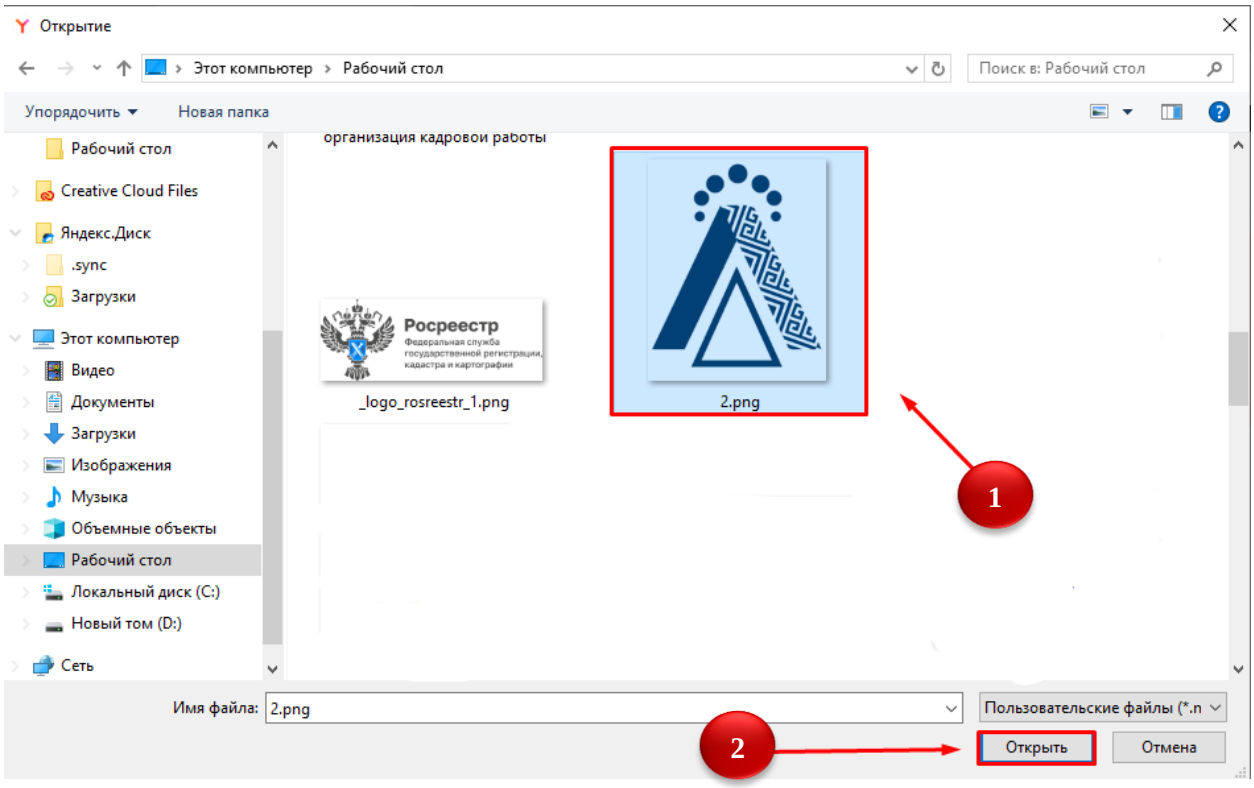


Рисунок 273. Добавление фото к посту

Фото добавлено. Опубликуем наш новый пост. Для этого необходимо нажать кнопку «Поделиться» (рис. 274).

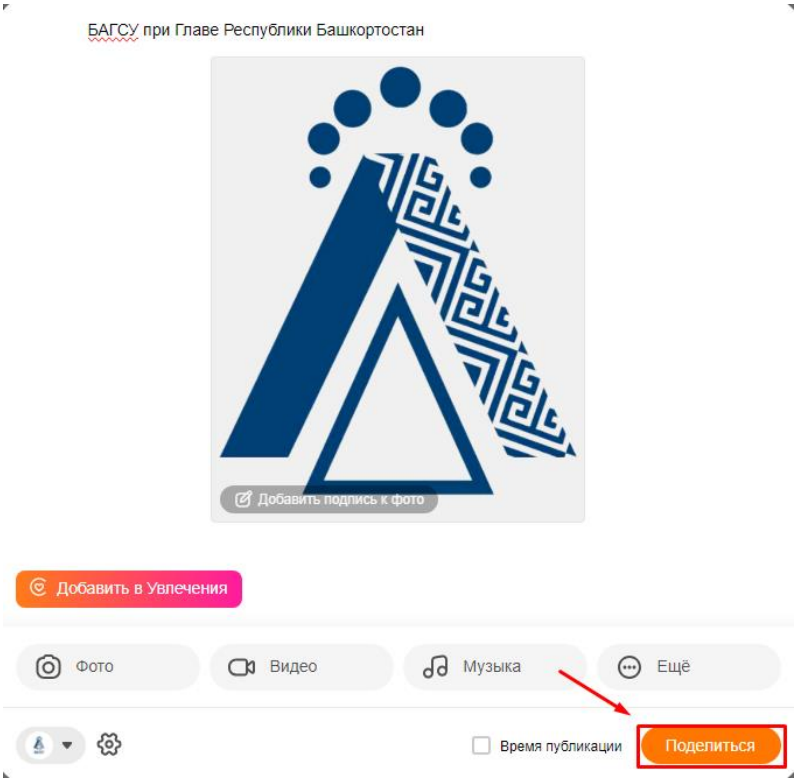


Рисунок 274. Публикация поста

Опубликованный пост будет отображаться на главной странице группы (рис. 275).

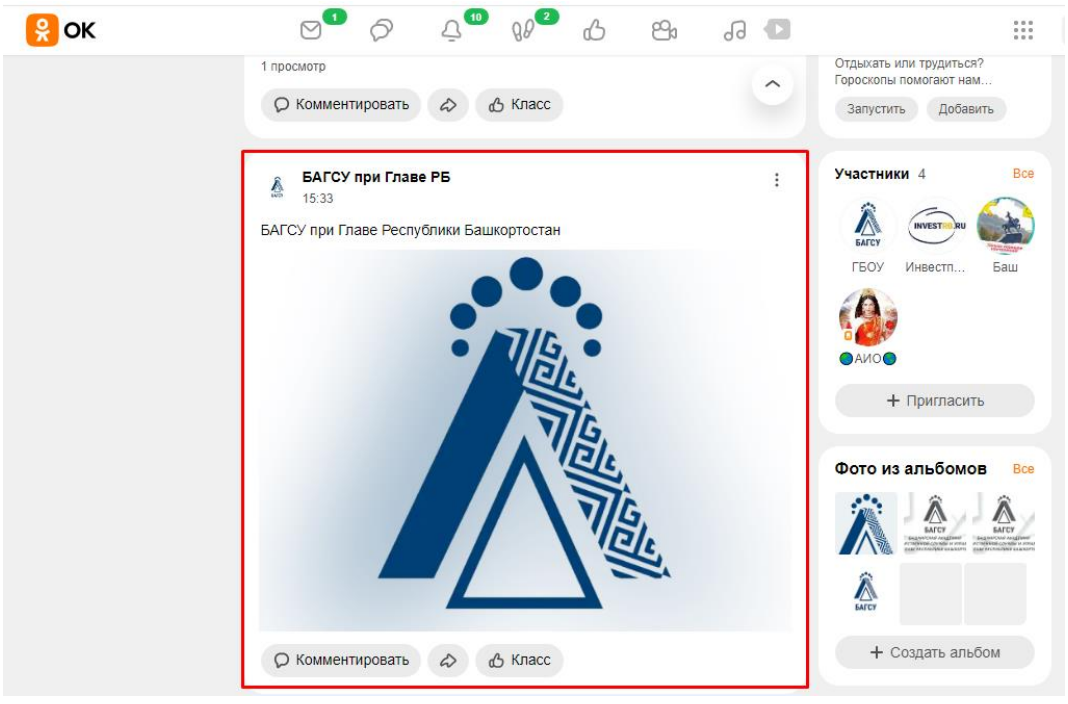


Рисунок 275. Отображение опубликованного поста на странице группы

Создание поста с видеоматериалом. Добавьте видеоматериал к посту, для этого нажмите кнопку «Видео» (рис. 276).

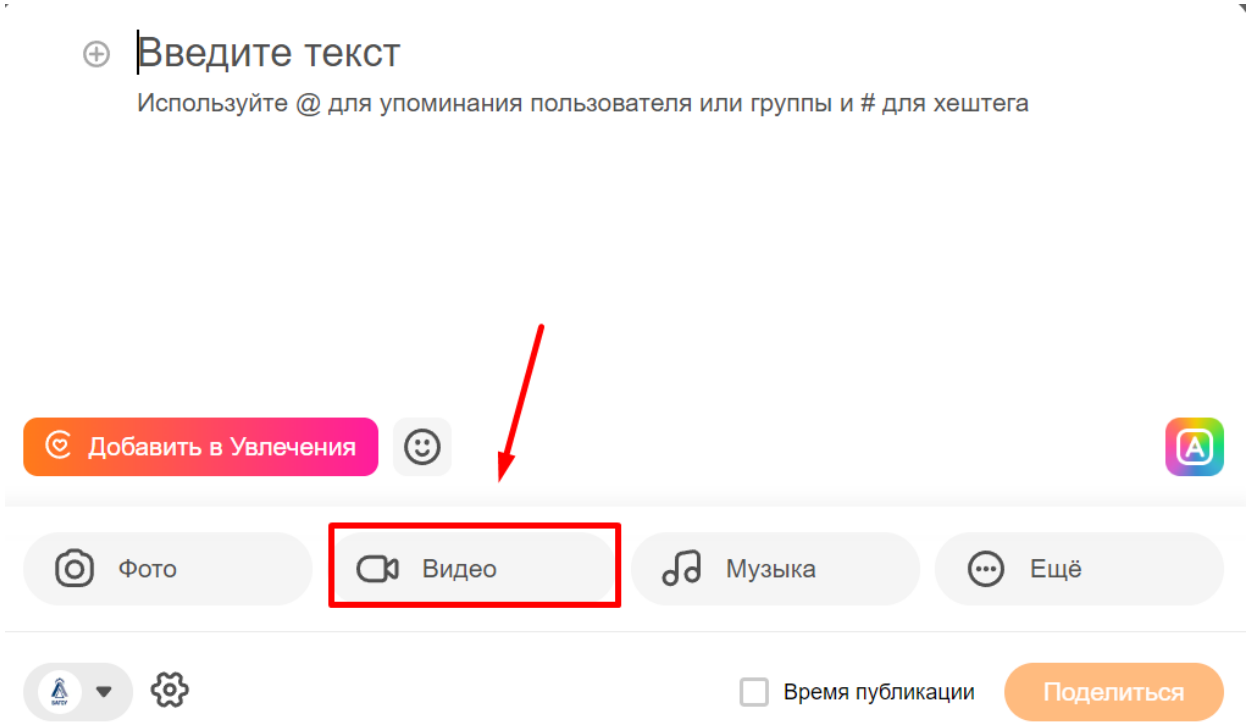


Рисунок 276. Добавление видеоматериала к посту

В открывшемся окне нажмите кнопку «Выбрать файл для загрузки» (рис. 277).

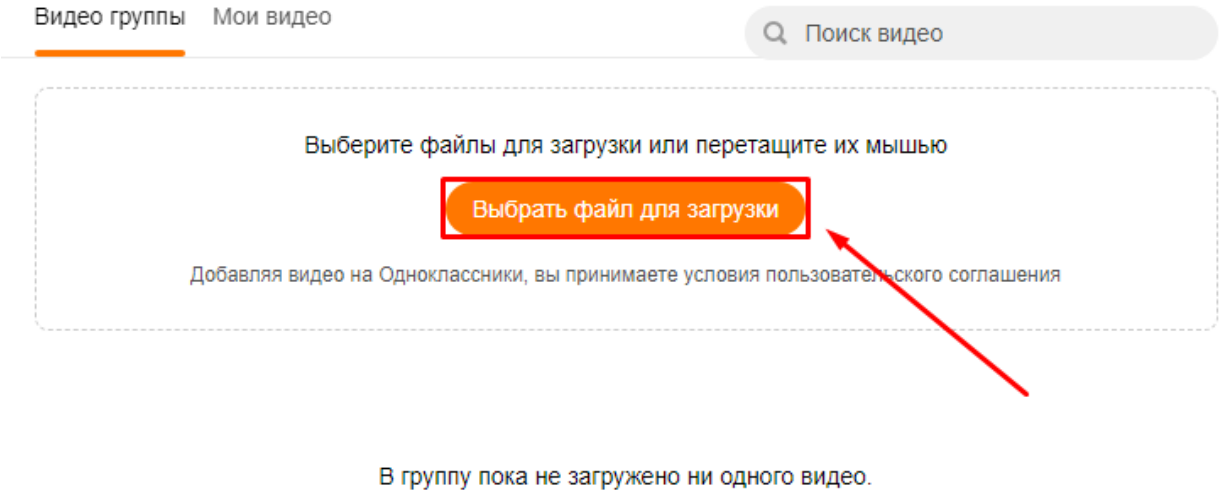


Рисунок 277. Добавление видеоматериала к посту

В открывшемся окне проводника выберите необходимый видеоматериал и нажмите кнопку «Открыть» (рис. 278).

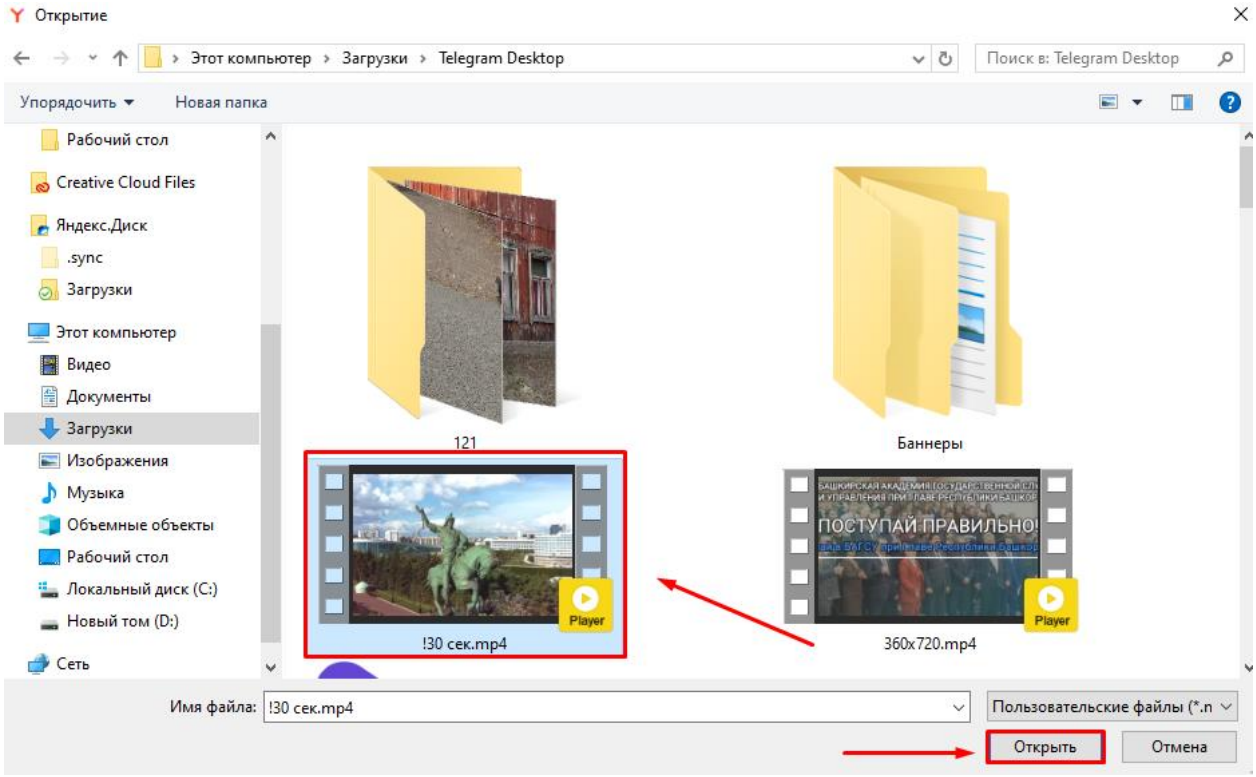


Рисунок 278. Добавление видеоматериала к посту

После добавления видеоматериала опубликуйте пост. Для этого нажмите кнопку «Поделиться» (рис. 279).

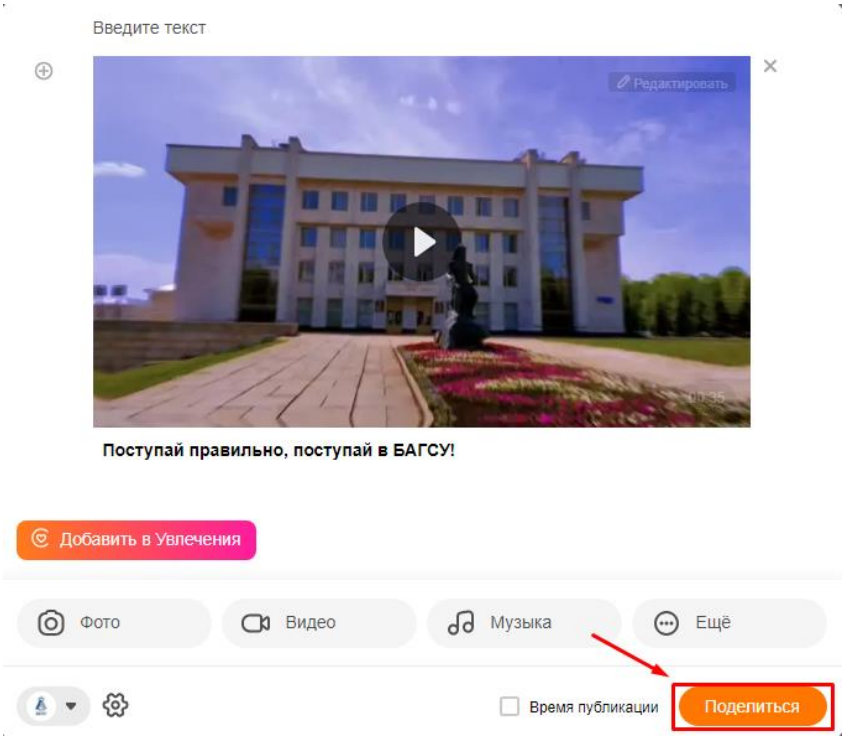


Рисунок 279. Публикация поста с видеоматериалом

Опубликованный пост с видеоматериалом отобразится на главной странице группы и будет доступен для просмотра (рис. 280).

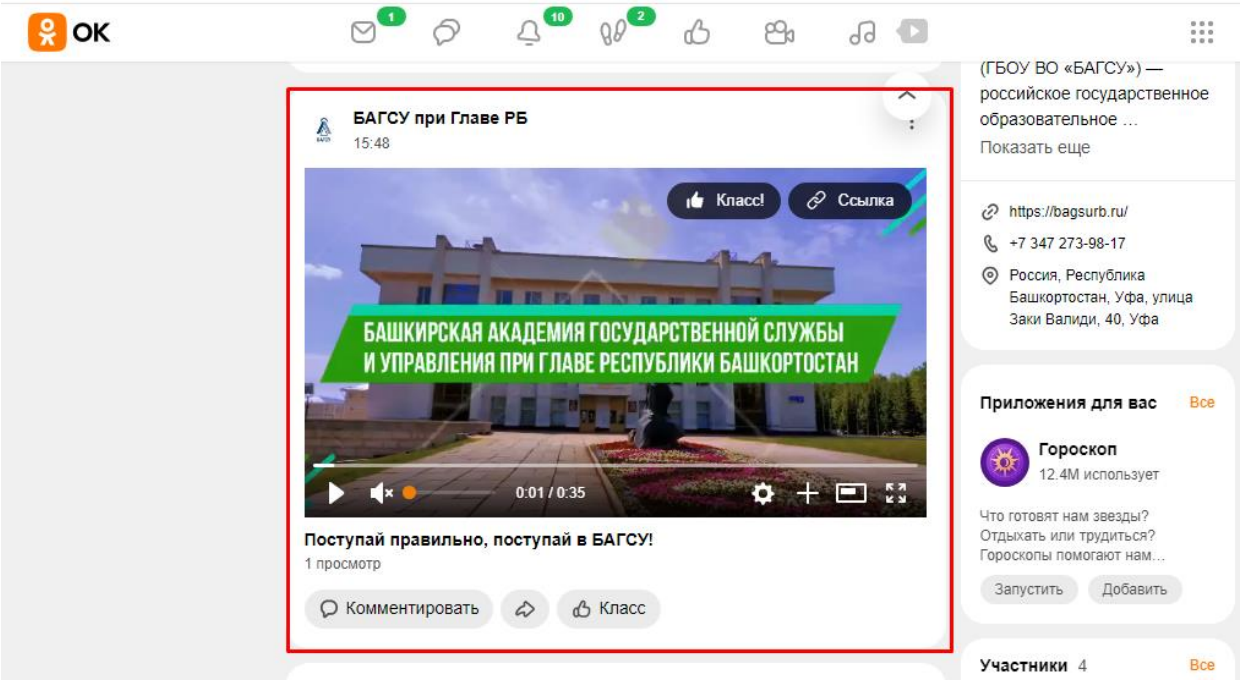


Рисунок 280. Публикация поста с видео

Создание поста с музыкой. Для добавления музыки к новому посту необходимо нажать кнопку «Музыка» (рис. 281).

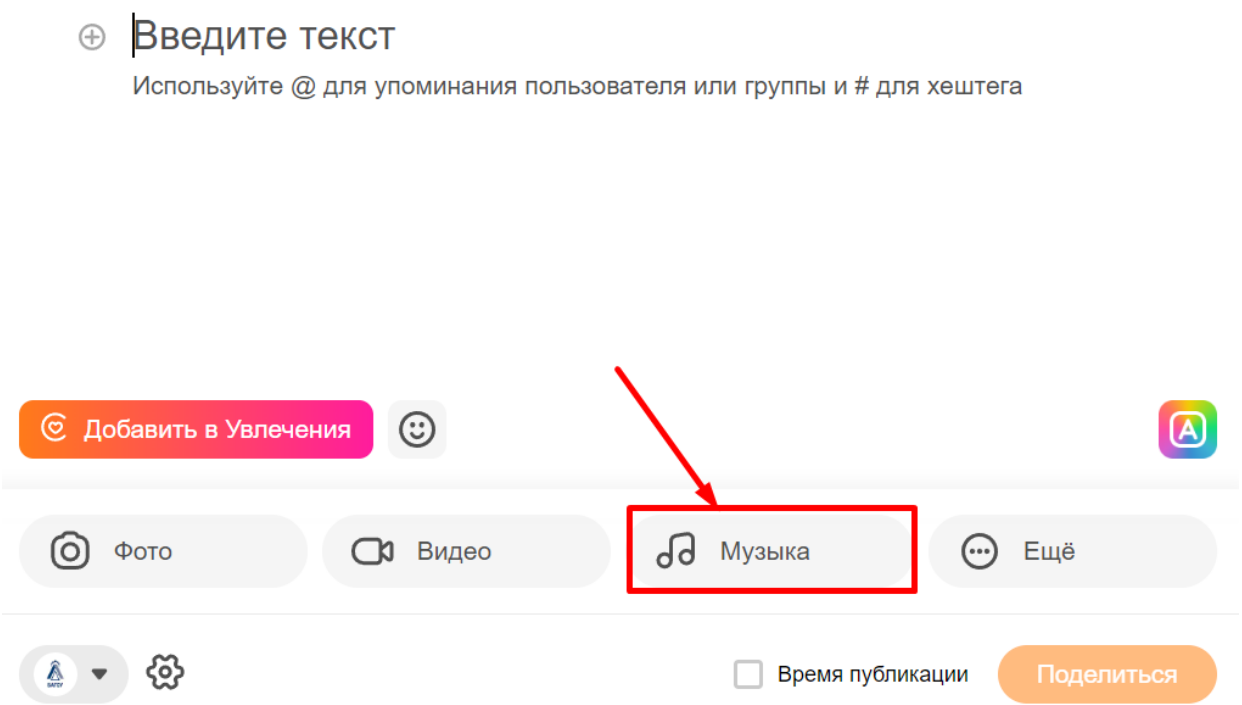


Рисунок 281. Создание поста с музыкой

На открывшейся странице есть возможность добавить музыку, находящуюся в вашем плейлисте. Для этого наведите курсор компьютерной мыши на требуемую музыку и нажмите левую кнопку (рис. 282). Вы также можете найти подходящую музыку, воспользовавшись поисковой строкой в верхней правой части окна.

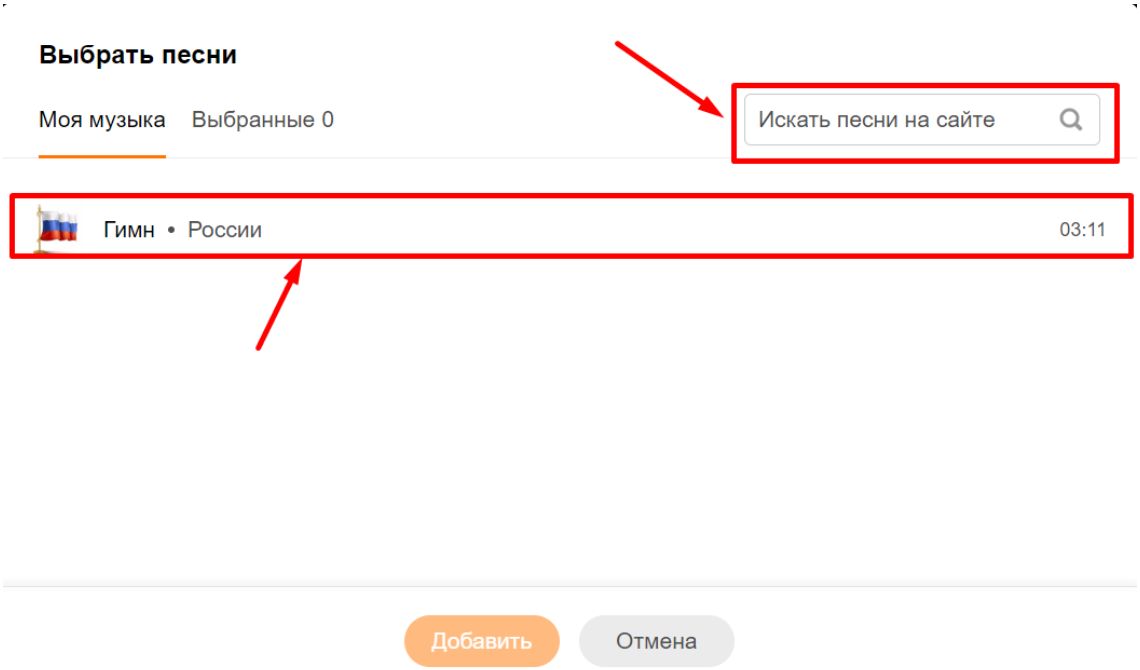


Рисунок 282. Добавление музыки к посту

Выбранная музыка отметится значком, изображенным в виде оранжевого кружка с галочкой. После выбора нужной композиции нажмите кнопку «Добавить» (рис. 283).

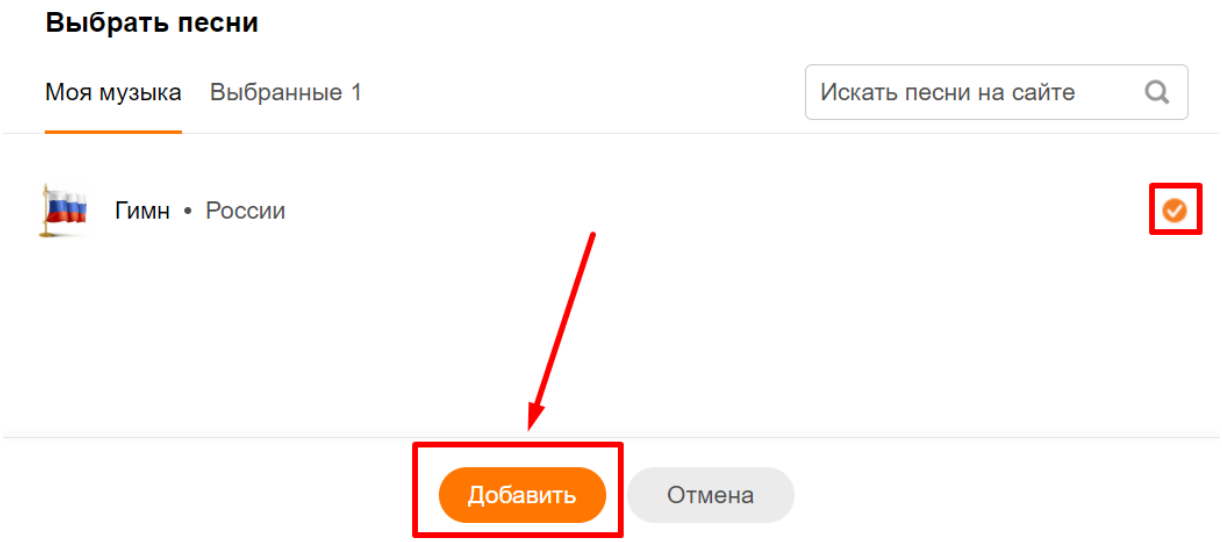


Рисунок 283. Добавление музыки к посту

Для публикации поста с музыкой нажмите кнопку «Поделиться» (рис. 284).

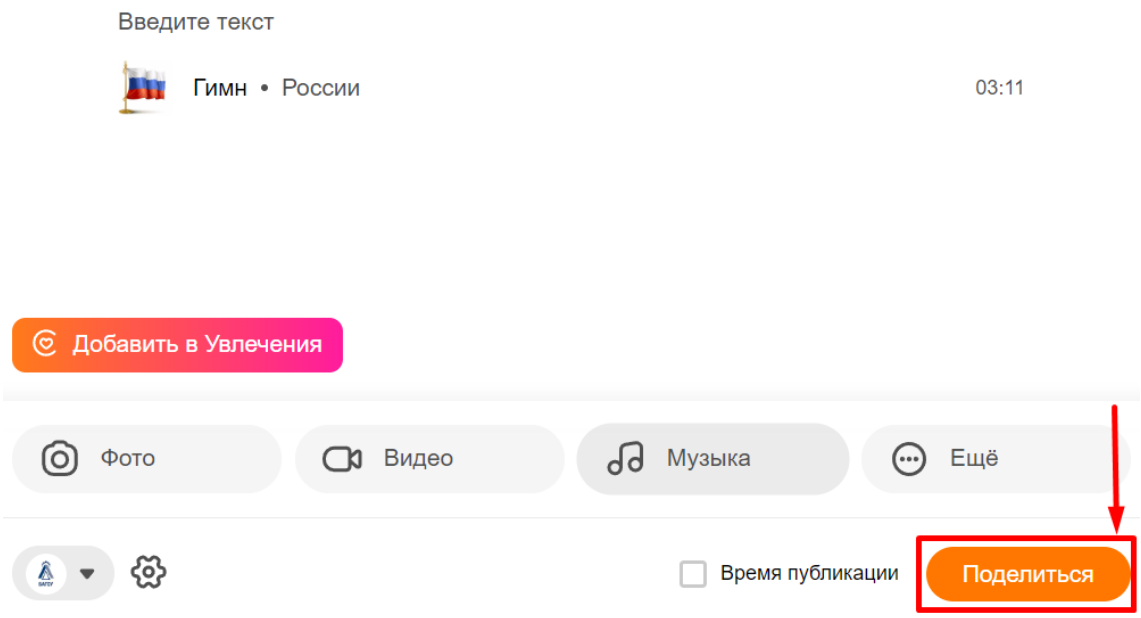


Рисунок 284. Публикация поста с музыкой

После публикации поста с музыкой он отобразится на главной странице группы и будет доступен для прослушивания (рис. 285).

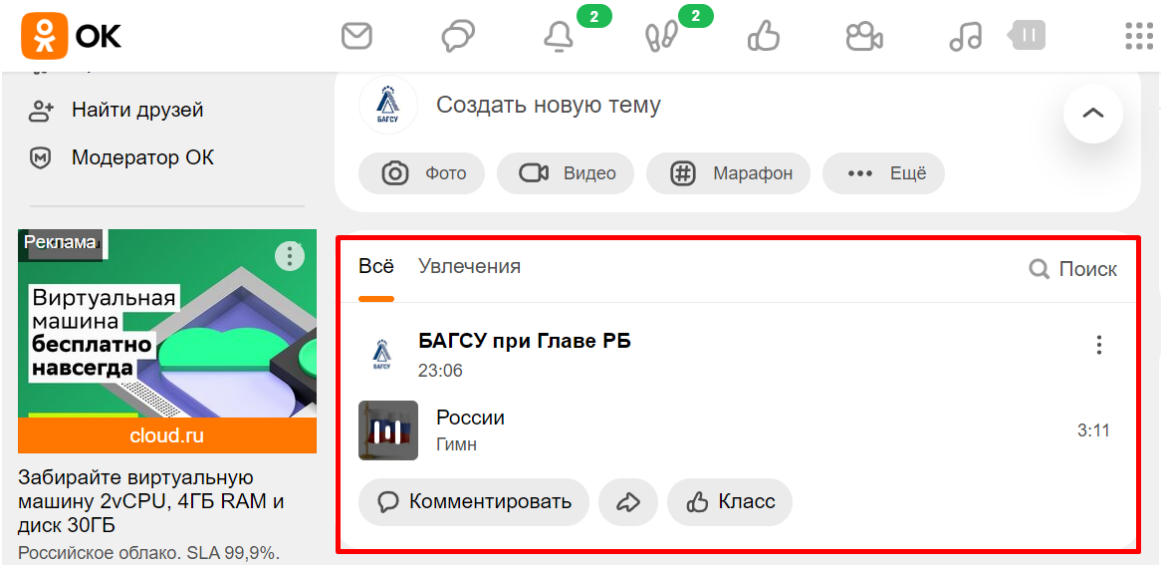


Рисунок 285. Публикация поста с музыкой

Создание поста с опросом.



Опрос – метод сбора первичной информации об объективных и (или) субъективных фактах со слов опрашиваемого.

Для создания поста с опросом нажмите кнопку «Еще» и, в выпадающем списке, выберите и нажмите кнопку «Опрос» (рис. 286).

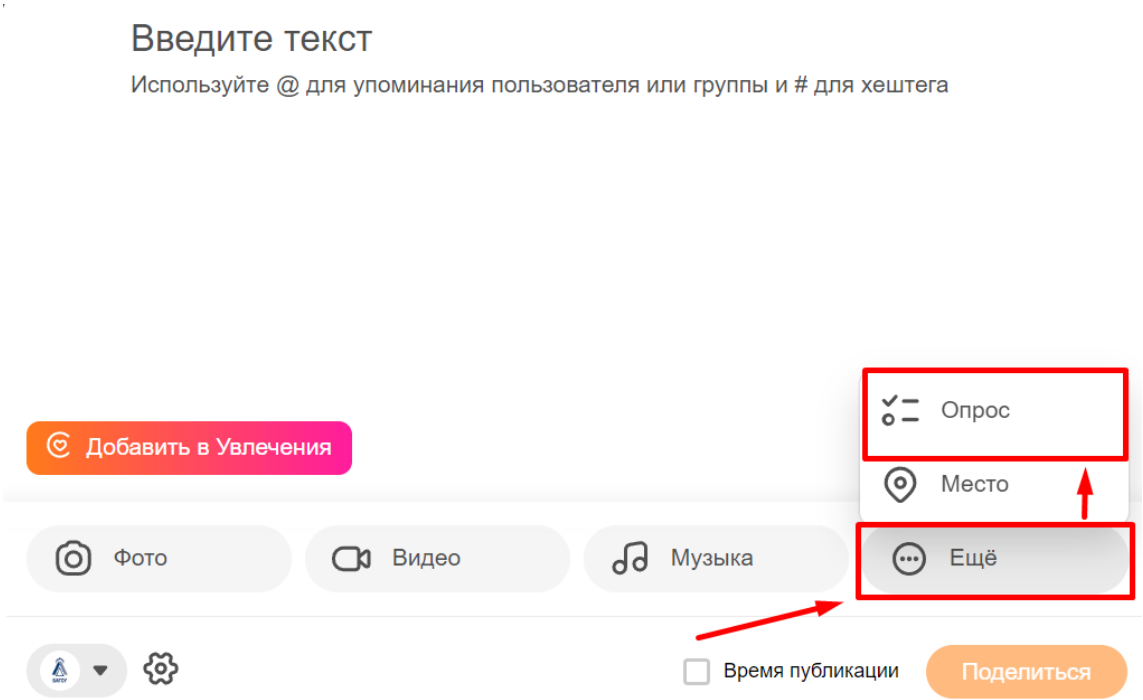


Рисунок 286. Публикация поста с опросом

В открывшемся окне вы можете (рис. 287):

1. Добавлять вопросы;
2. Добавлять варианты ответа;
3. Изменить фон опроса;
4. Произвести настройки опроса.

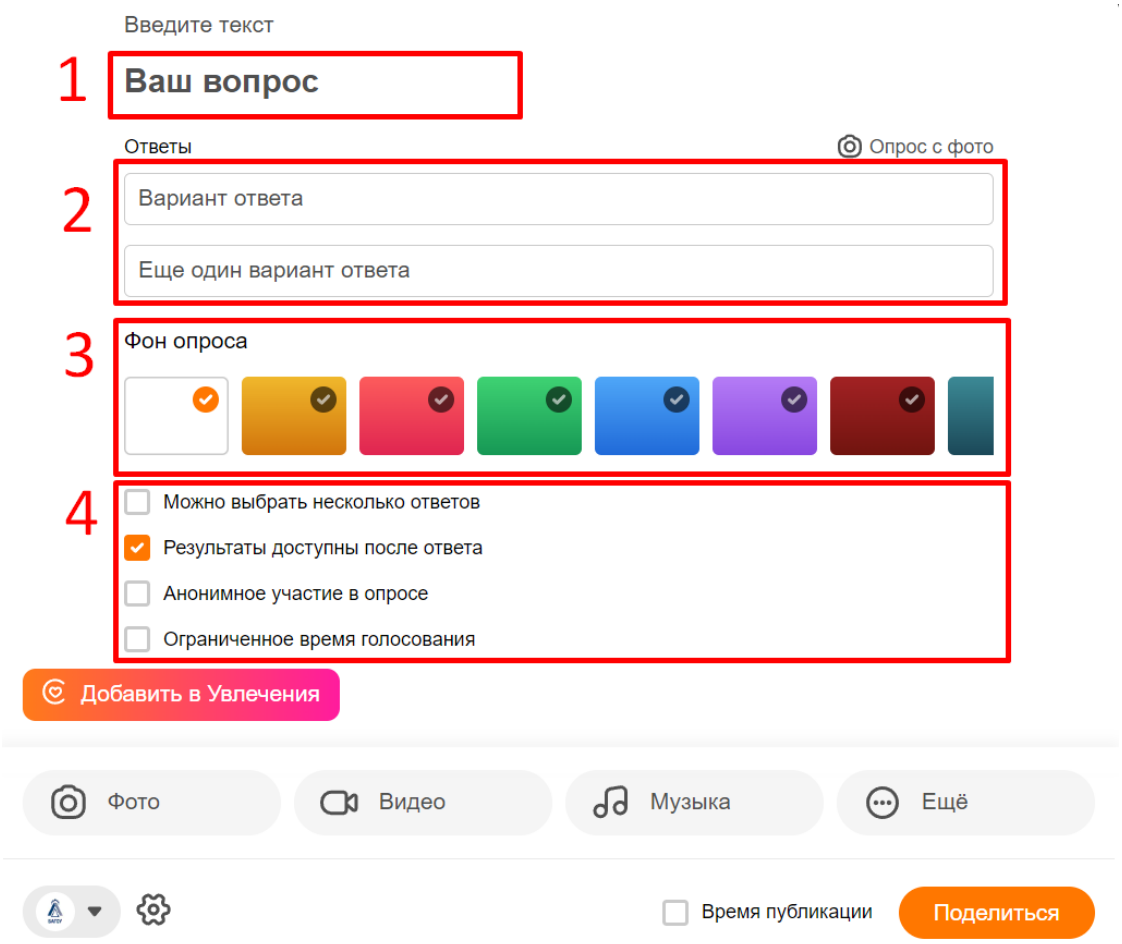


Рисунок 287. Создание опроса

В качестве примера создадим опрос. Заполните все необходимые поля. После заполнения нажмите кнопку «Поделиться» (рис. 288).

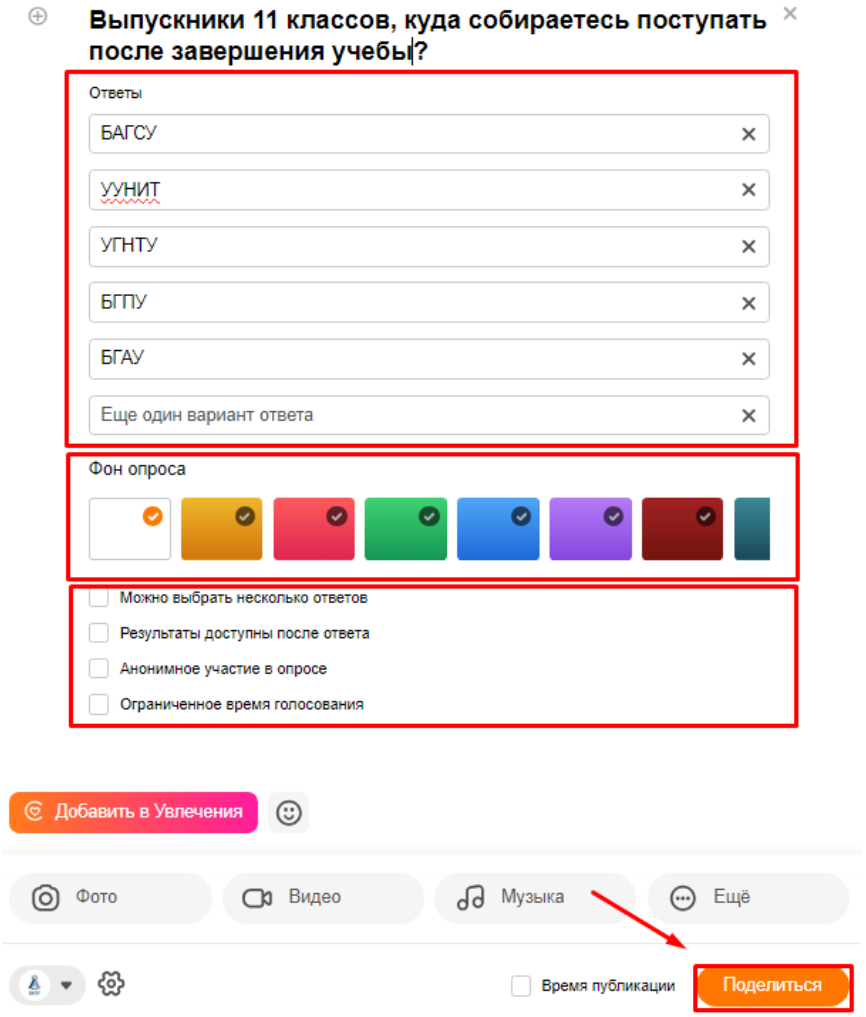


Рисунок 288. Создание и публикация опроса

Опубликованный пост с опросом будет отображаться на главной странице группы, участники группы смогут принять в нем участие (рис. 289).

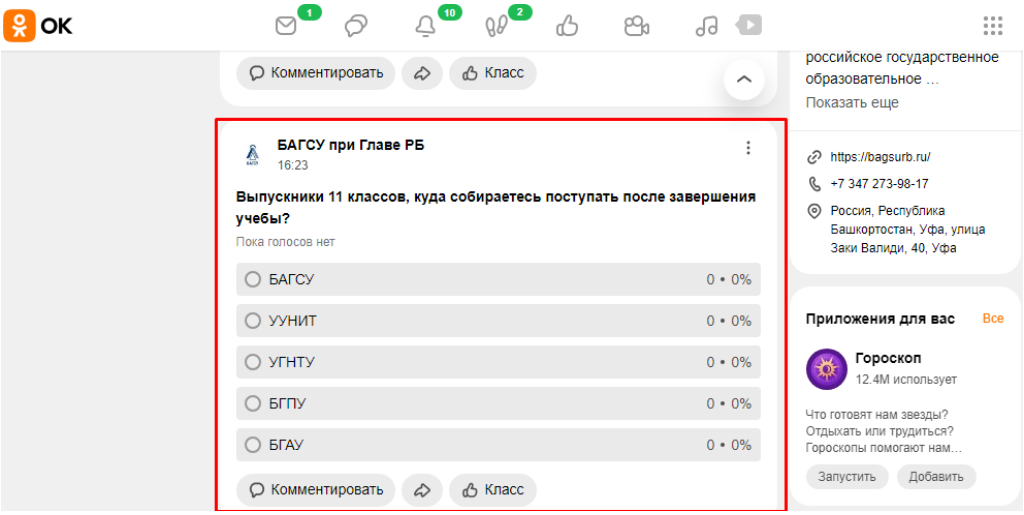


Рисунок 289. Опубликованный пост с опросом

Рассмотрим дополнительные функции, которые можно использовать при публикации постов в группе. Вы можете указать автора поста: пост может быть опубликован от вашего личного профиля или от лица группы. Для этого необходимо нажать кнопку, расположенную в нижней левой части окна (1), в выпадающем списке выбрать нужного автора (2) (рис. 290)

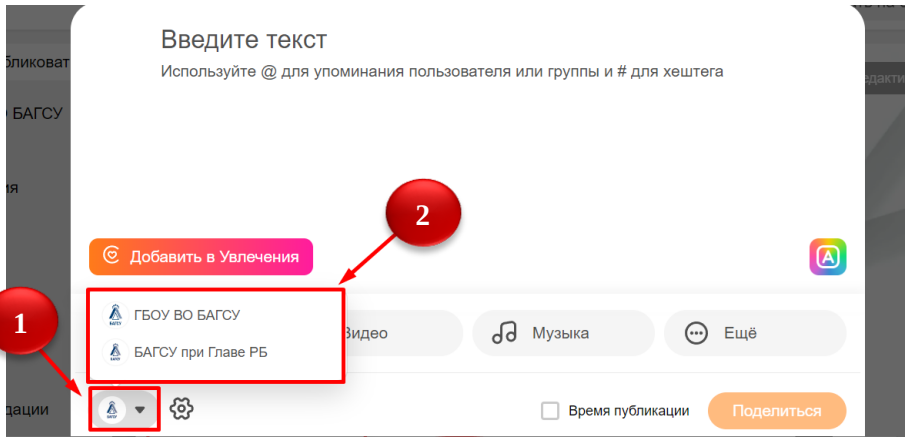


Рисунок 290. Настройки публикации поста

Нажав на кнопку с изображением шестерёнки, вы можете произвести следующие дополнительные настройки (рис. 291):

– «Отключить комментирование» - отключает функционал, позволяющий пользователям оставлять комментарии;

– «Скрытая публикация» - заметка не будет отображаться в ленте пользователей;

– «Рекламная публикация» - может содержать специальные рекламные блоки;

– «Реклама от автора» - публикация с упоминанием товара или услуги, к которой будет добавлен специальный значок «авторская реклама».

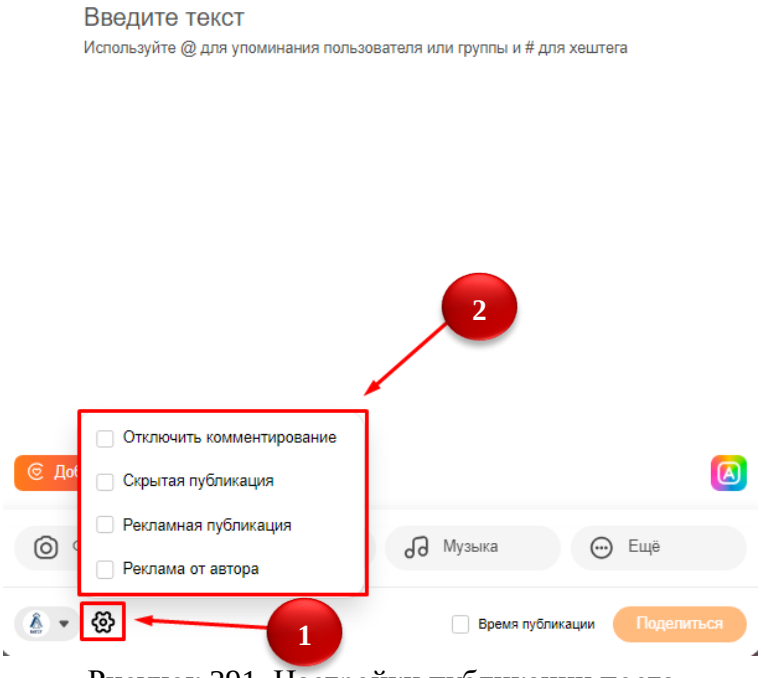


Рисунок 291. Настройки публикации поста

Также Вы можете добавить фон поста. Для этого необходимо нажать кнопку с изображением заглавной буквы «А», расположенную в нижней правой части окна (рис. 292).

ВНИМАНИЕ! Фон можно установить только для поста с текстом.

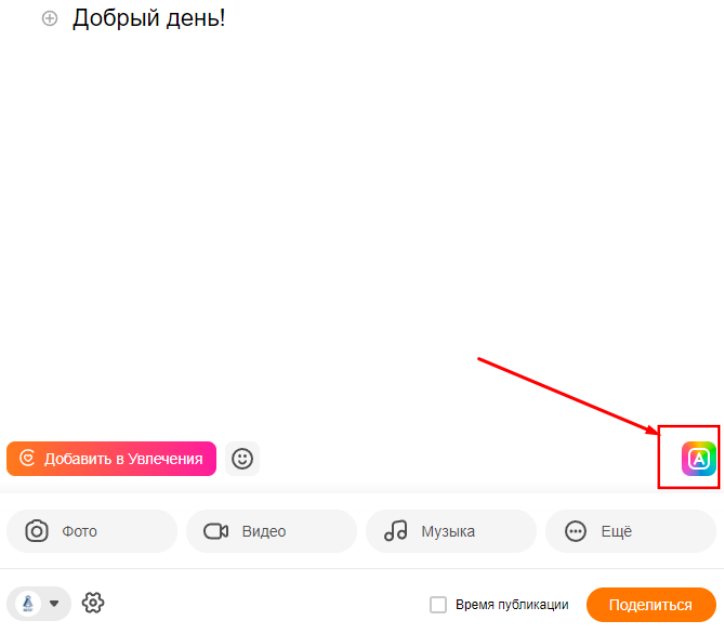


Рисунок 292. Настройка фона публикации

Далее нажмите кнопку «Галерея фонов». Во всплывающем окне представлен большой выбор различных фонов. Выберите подходящий фон, наведите на него курсор мыши и нажмите левую кнопку (рис. 293).

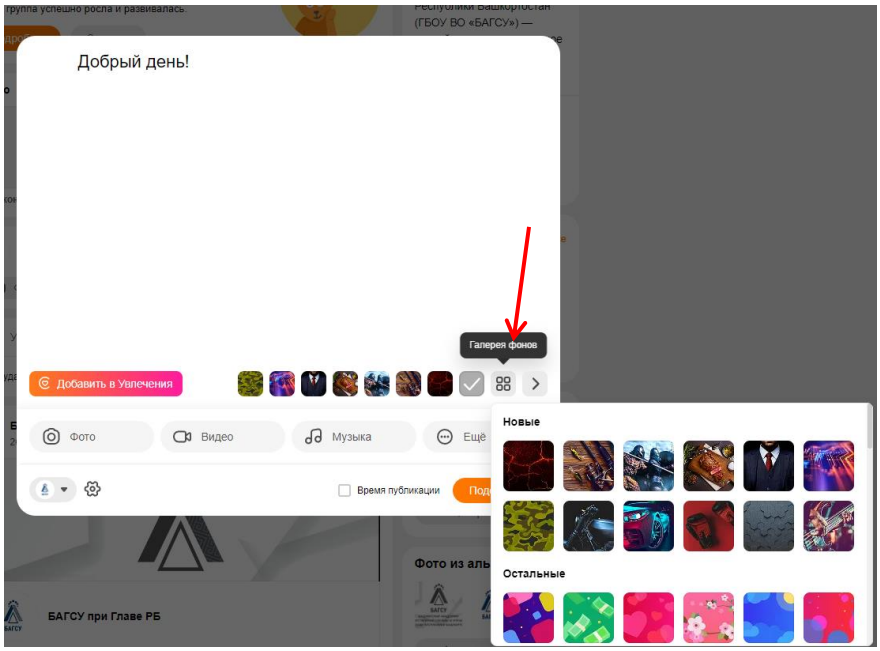


Рисунок 293. Настройка фона публикации

Для публикации поста нажмите кнопку «Поделиться» (рис. 294).

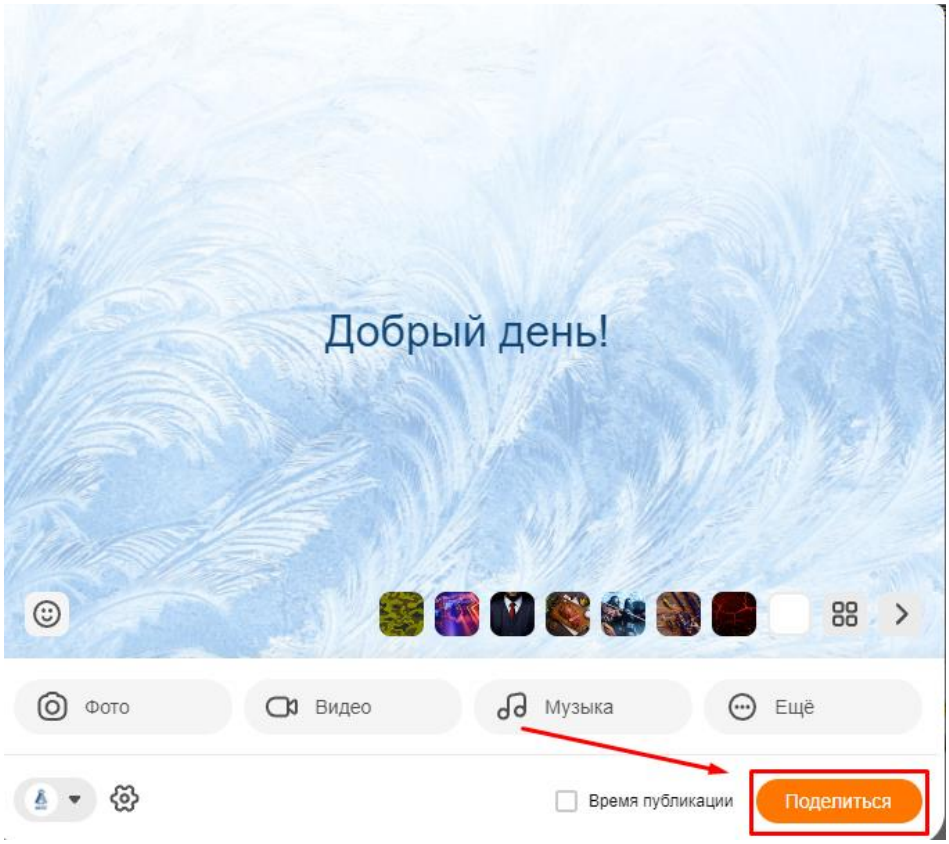


Рисунок 294. Публикация поста

Для удаления опубликованного поста нажмите на кнопку с изображением трех точек и нажмите кнопку «Удалить тему» (рис. 295). Здесь также есть возможность отключить комментарии к посту.

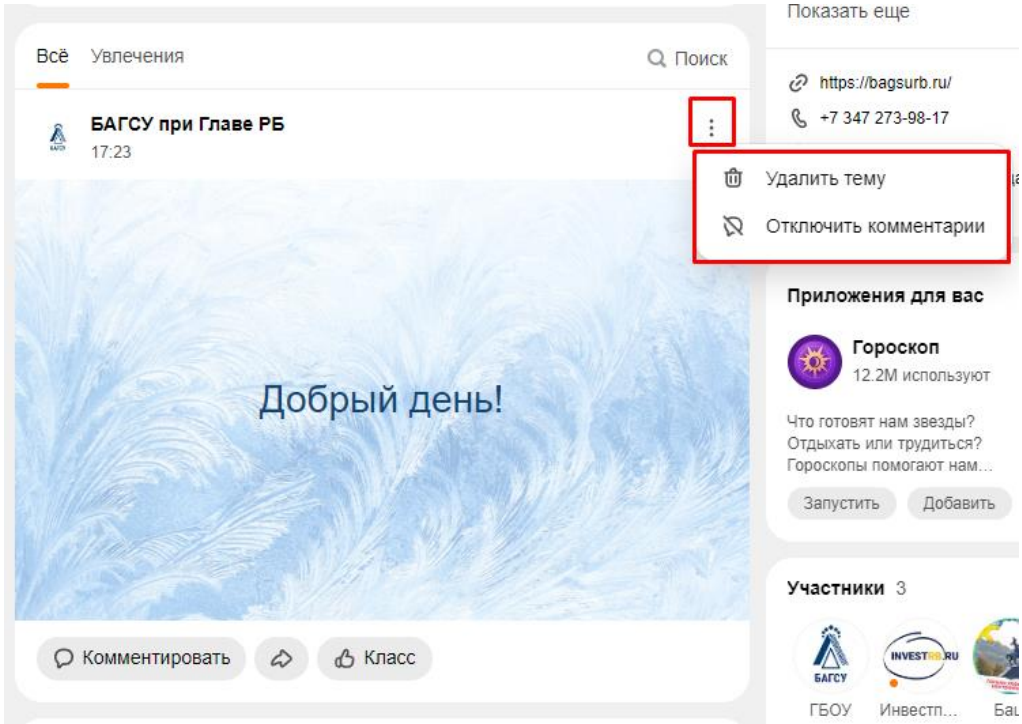


Рисунок 295. Публикация поста

Вернитесь на главную страницу профиля. Для этого нажмите кнопку с названием профиля, в нашем случае «ГБОУ ВО БАГСУ» (рис. 296).

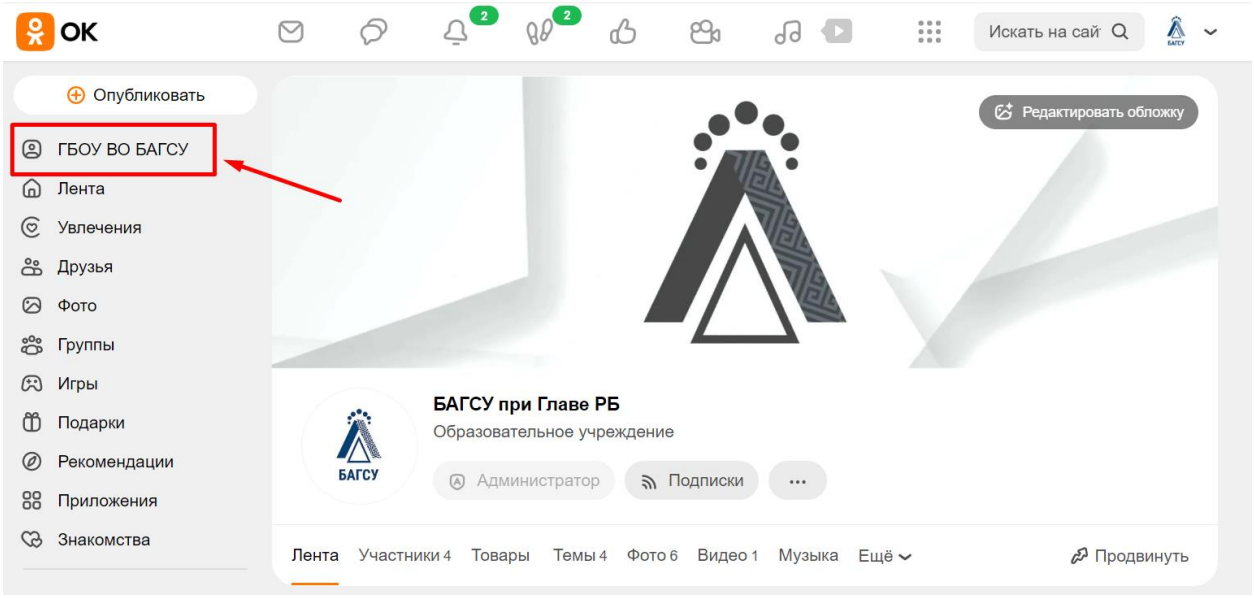


Рисунок 296. Главная страница профиля

Просмотр и добавление фотографий в альбом. Для того, чтобы перейти в свой альбом, нажмите кнопку «Фото» (рис. 297).

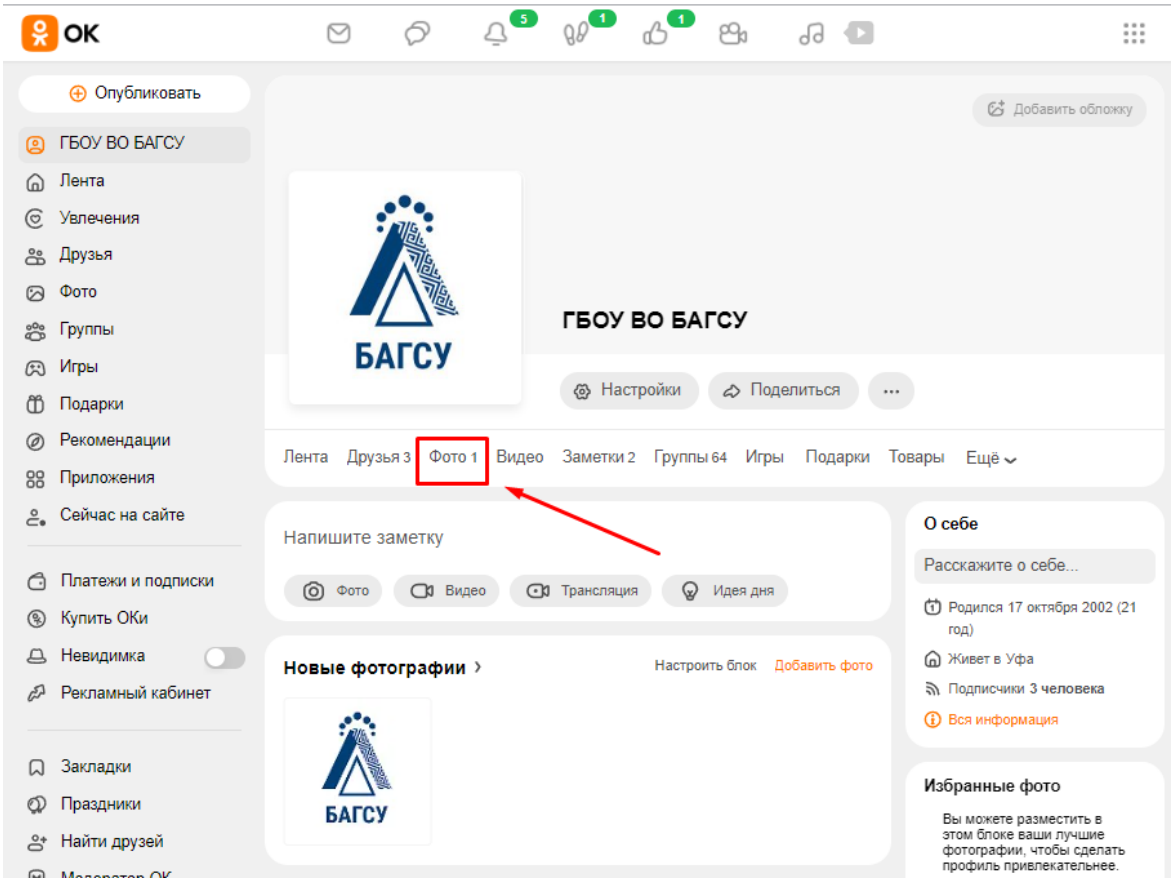


Рисунок 297. Просмотр и добавление фотографий

В открывшемся окне отображаются все альбомы и фотографии профиля. Загрузите новую фотографию. Для этого нажмите кнопку «Загрузить фотографии» (рис. 298).

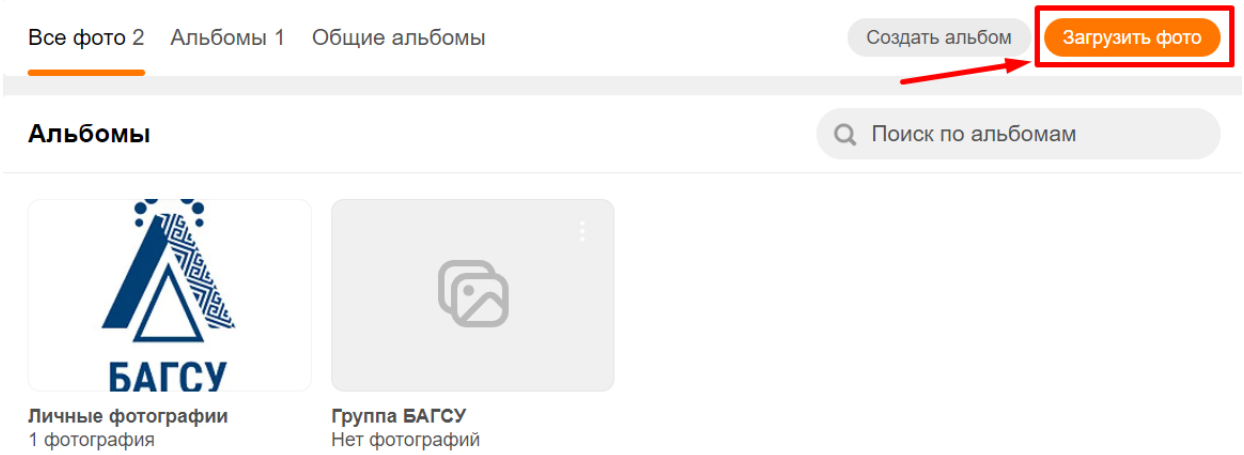


Рисунок 298. Загрузка фотографий в альбом

В открывшемся окне проводника выберите необходимые фотографии, находящиеся на вашем цифровом устройстве (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 299).

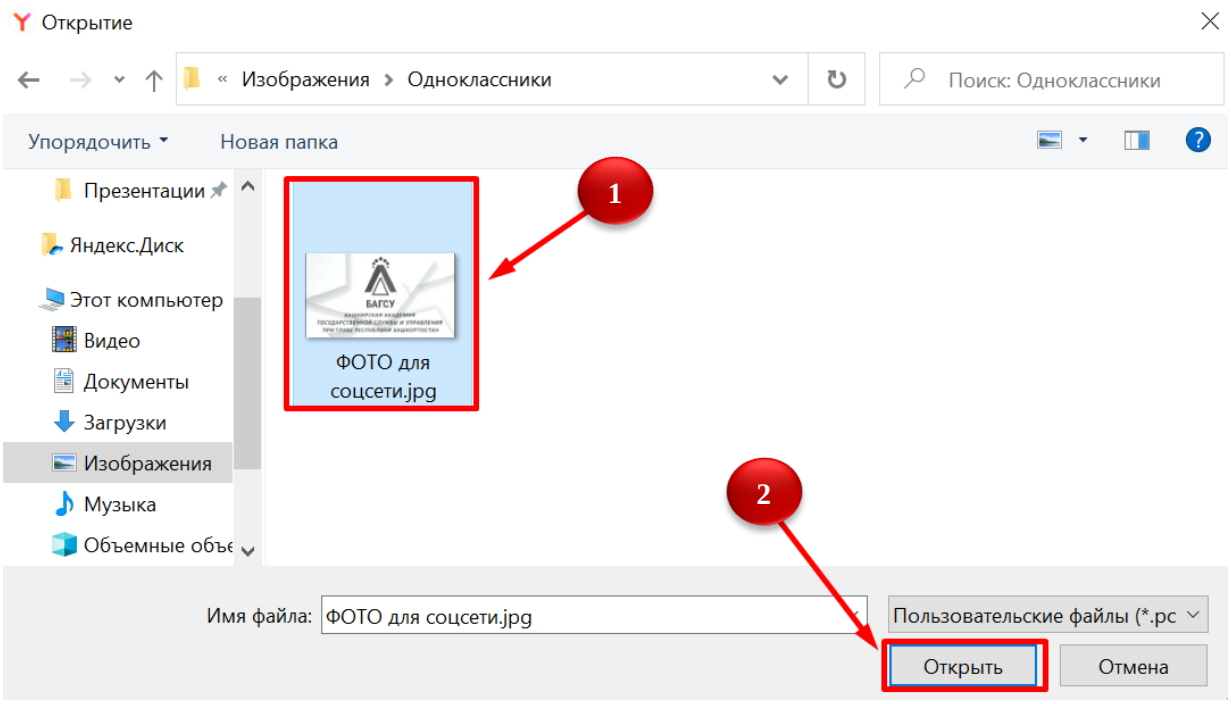


Рисунок 299. Добавление фотографий в альбом

Фотографии загружены в альбом (рис. 300).

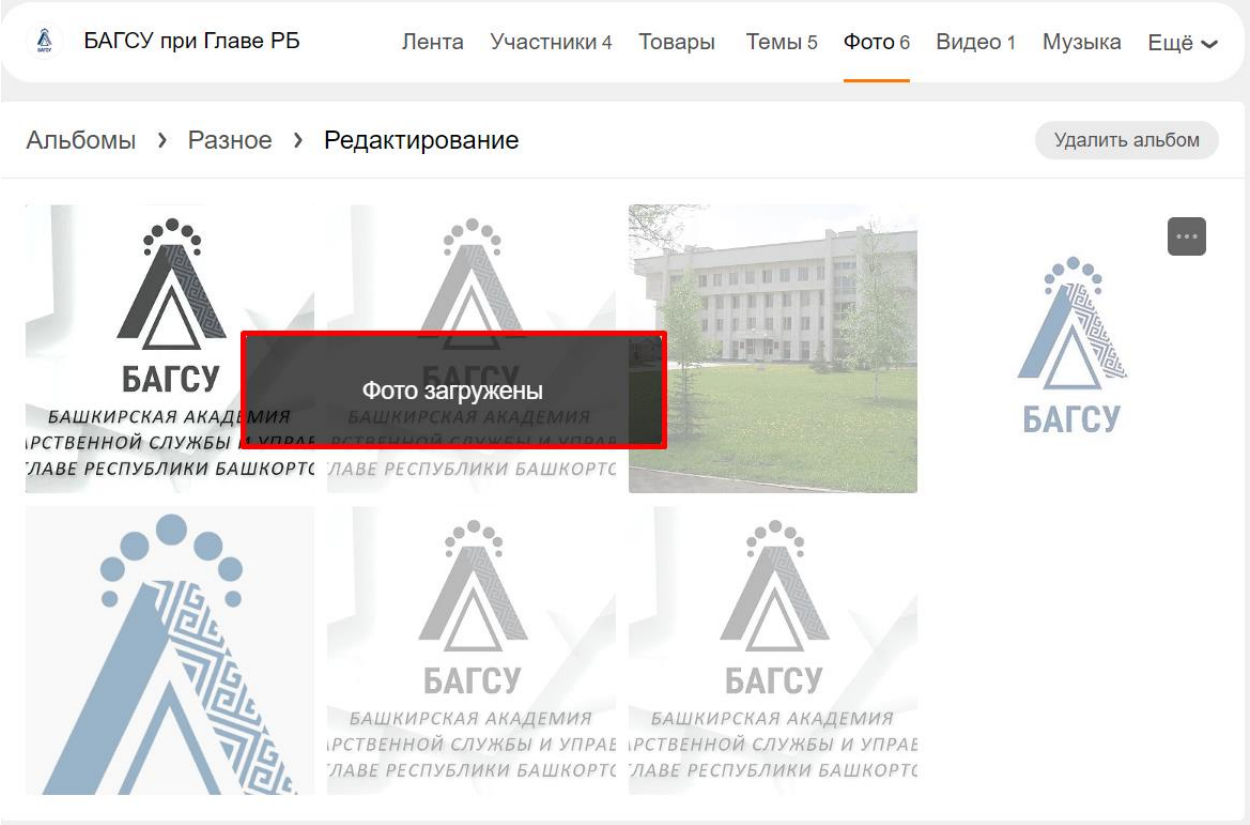


Рисунок 300. Добавление фотографий в альбом

При необходимости можно создать новый альбом, для этого нажмите кнопку «Создать альбом» (рис. 301).

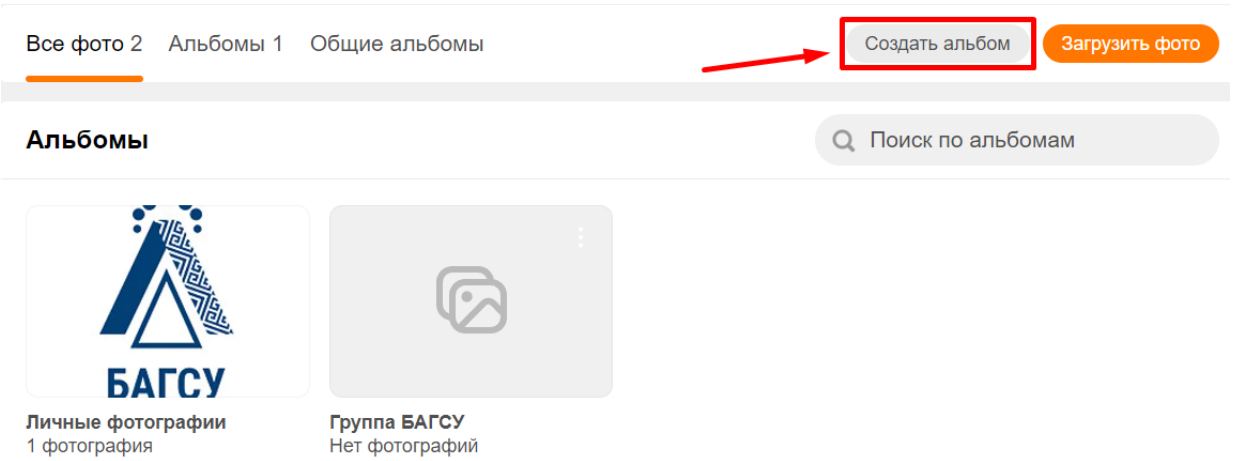


Рисунок 301. Создание нового фотоальбома

В открывшемся окне необходимо указать название фотоальбома и произвести настройки приватности. Также Вы можете сделать альбом общедоступным (все пользователи будут видеть фотографии альбома). Для создания альбома нажмите кнопку «Создать» (рис. 302).

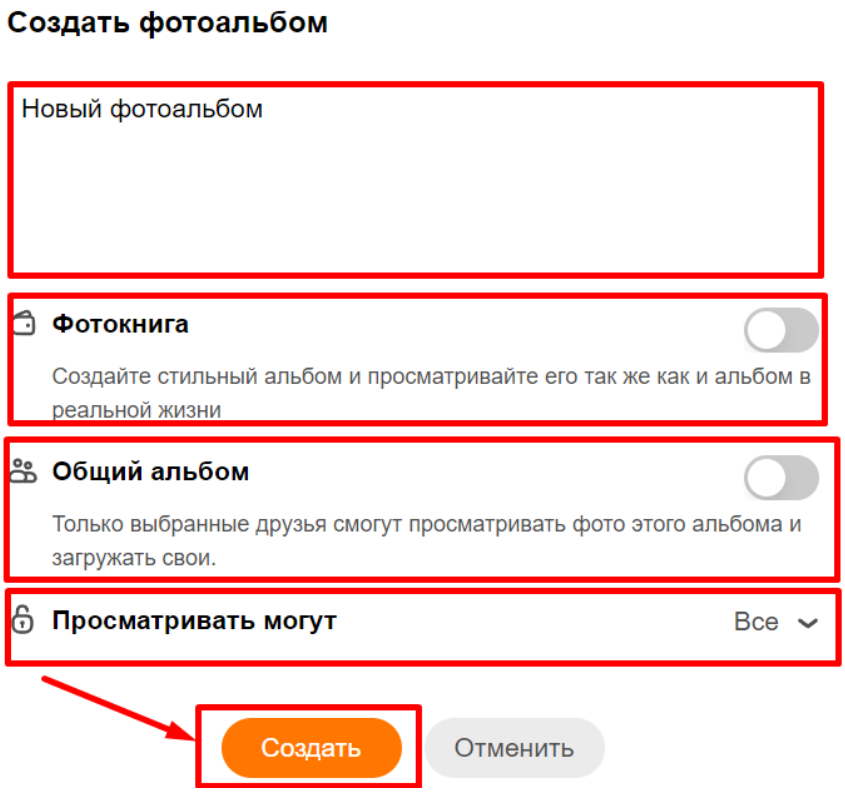


Рисунок 302. Создание нового альбома

Откроется страница нового фотоальбома, в который вы можете загрузить фотографии (рис. 303).

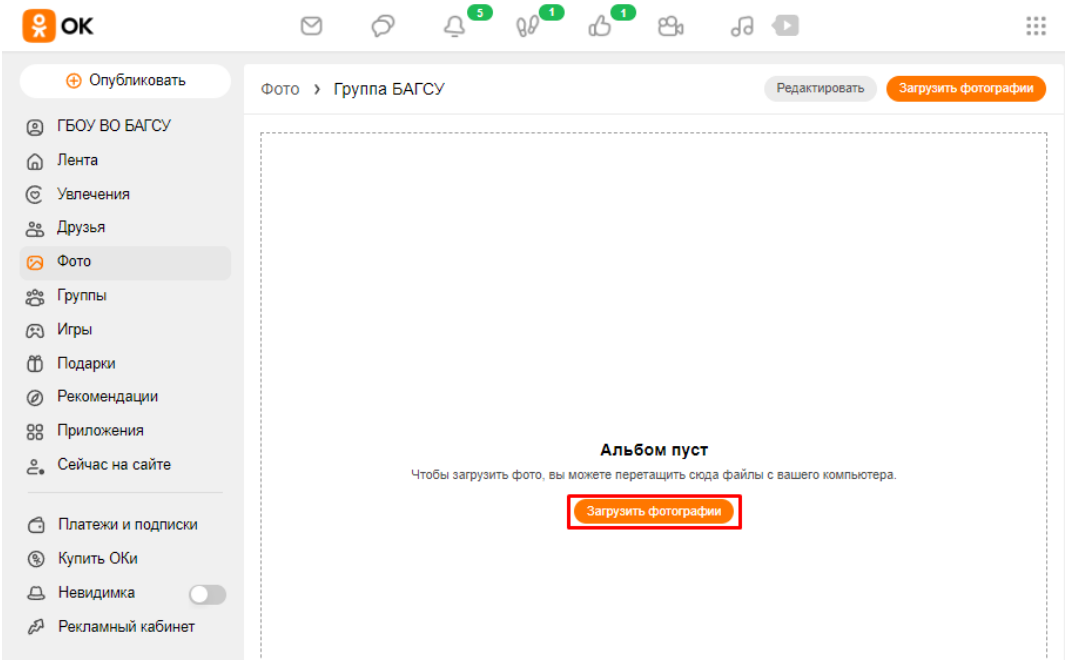


Рисунок 303. Создание нового фотоальбома

Раздел «Музыка». В данном разделе можно слушать и загружать музыку. Для перехода в раздел «Музыка» нажмите кнопку с изображением ноты, размещенной в левой верхней части окна (рис. 304).

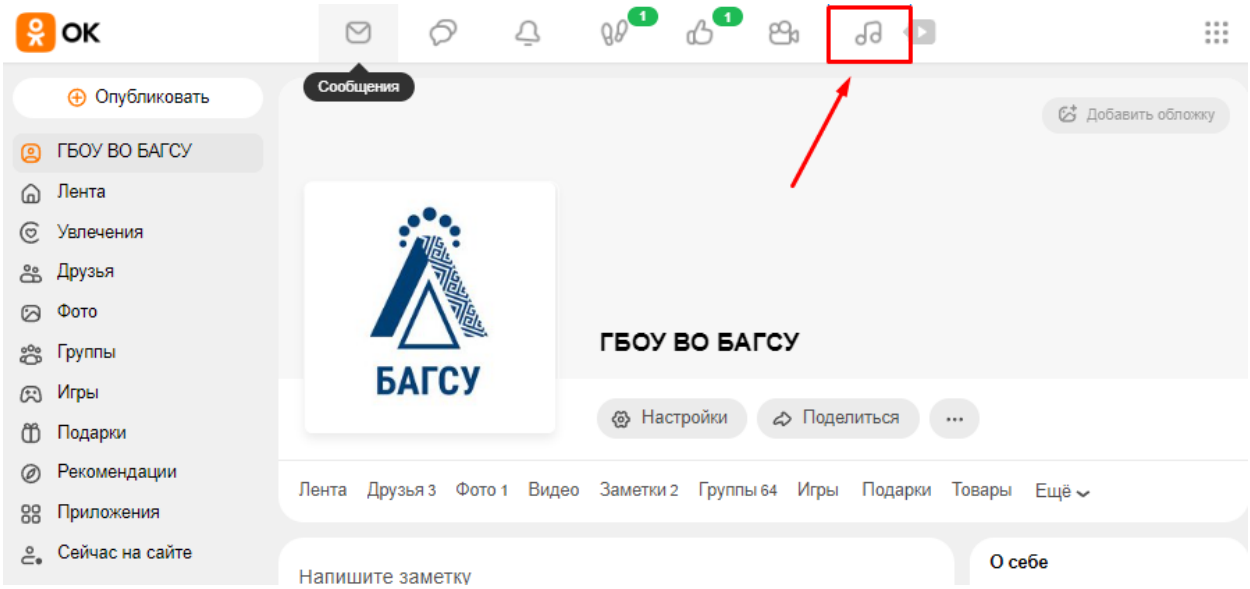


Рисунок 304. Раздел «Музыка»

Добавьте музыку в свой плейлист. Для этого в поле «Поиск музыки» введите название аудиозаписи. В качестве примера укажем «Январская вьюга». Для начала поиска нажмите клавишу «Enter» на клавиатуре (рис. 305).

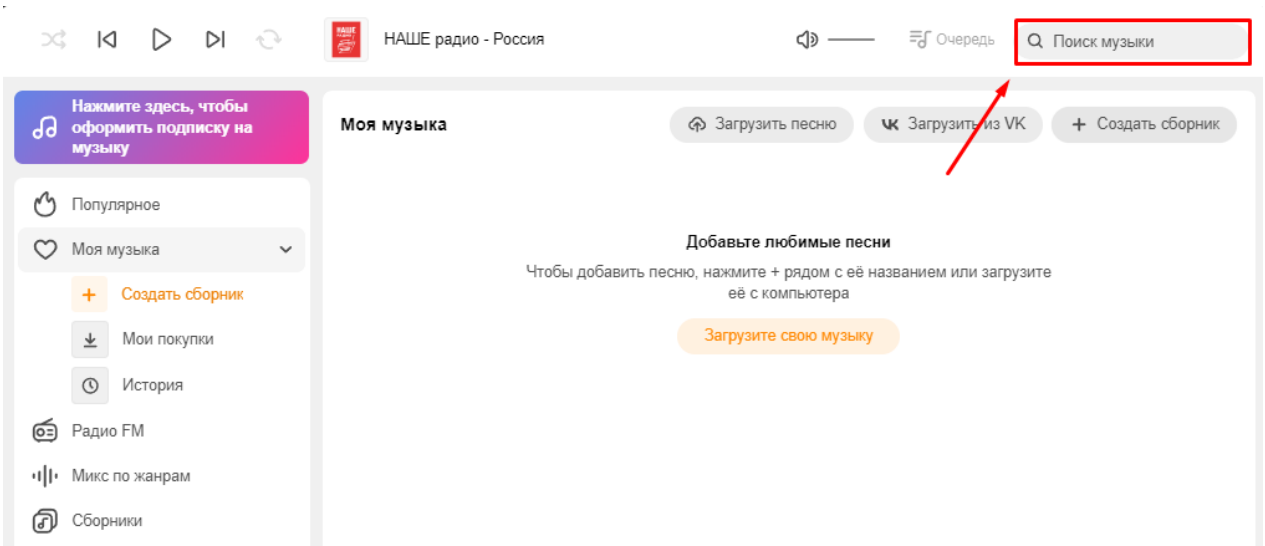


Рисунок 305. Поиск музыки

В открывшемся окне отобразится список найденных аудиозаписей. Для того, чтобы прослушать аудиозапись, нажмите кнопку с изображением белого треугольника (1). Для добавления аудиозаписи в свой плейлист нажмите кнопку с изображением знака «Плюс», находящуюся в правой части аудиозаписи (2) (рис. 306).

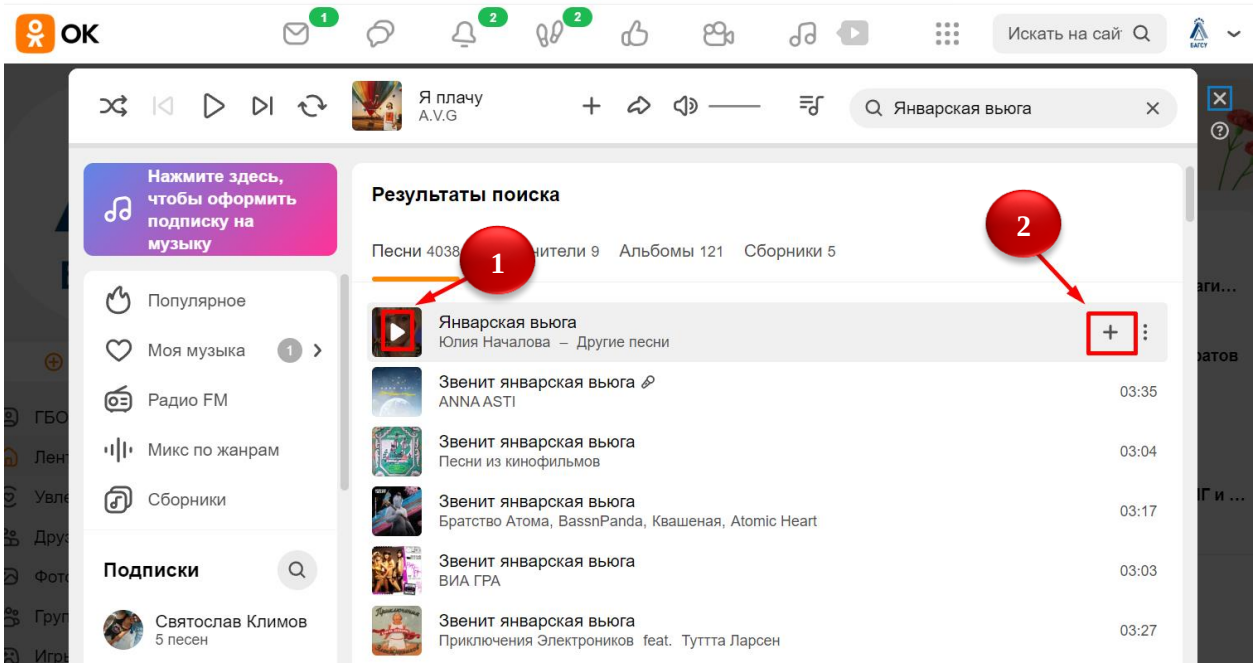


Рисунок 306. Прослушивание и добавление музыки в плейлист

Музыка, добавленная в плейлист, отображается знаком «галочка» (рис. 307).

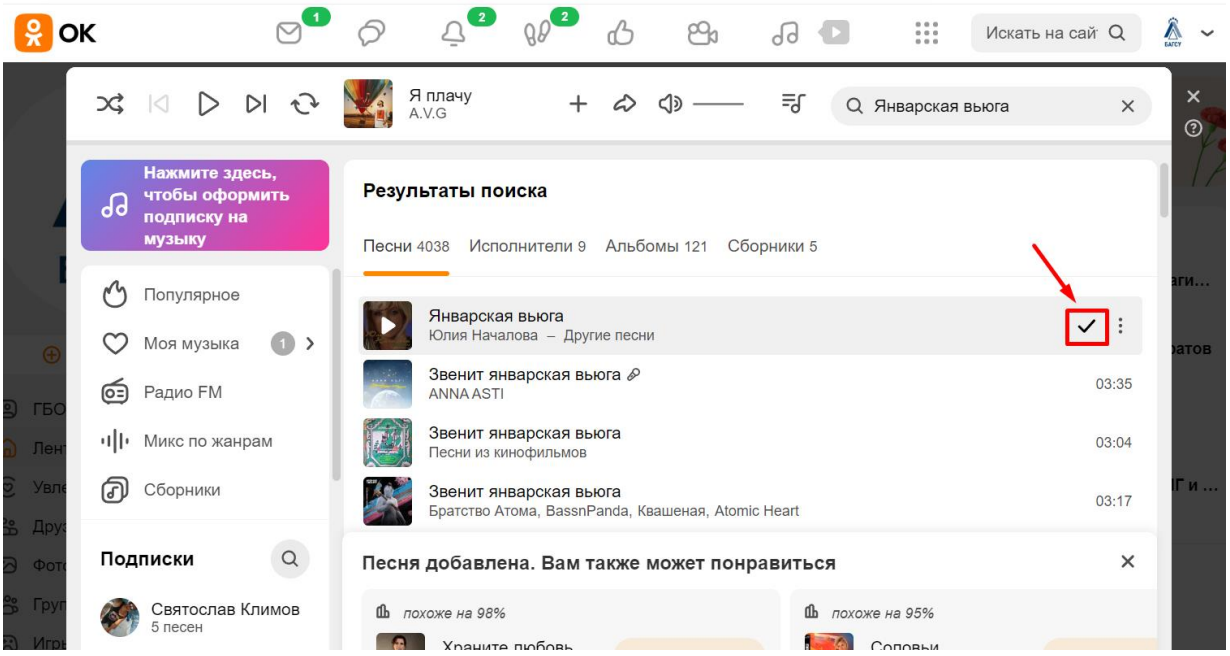


Рисунок 307. Прослушивание и добавление музыки в плейлист

Добавленная музыка сохранится в списке аудиозаписей в разделе «Моя музыка» (рис. 308).

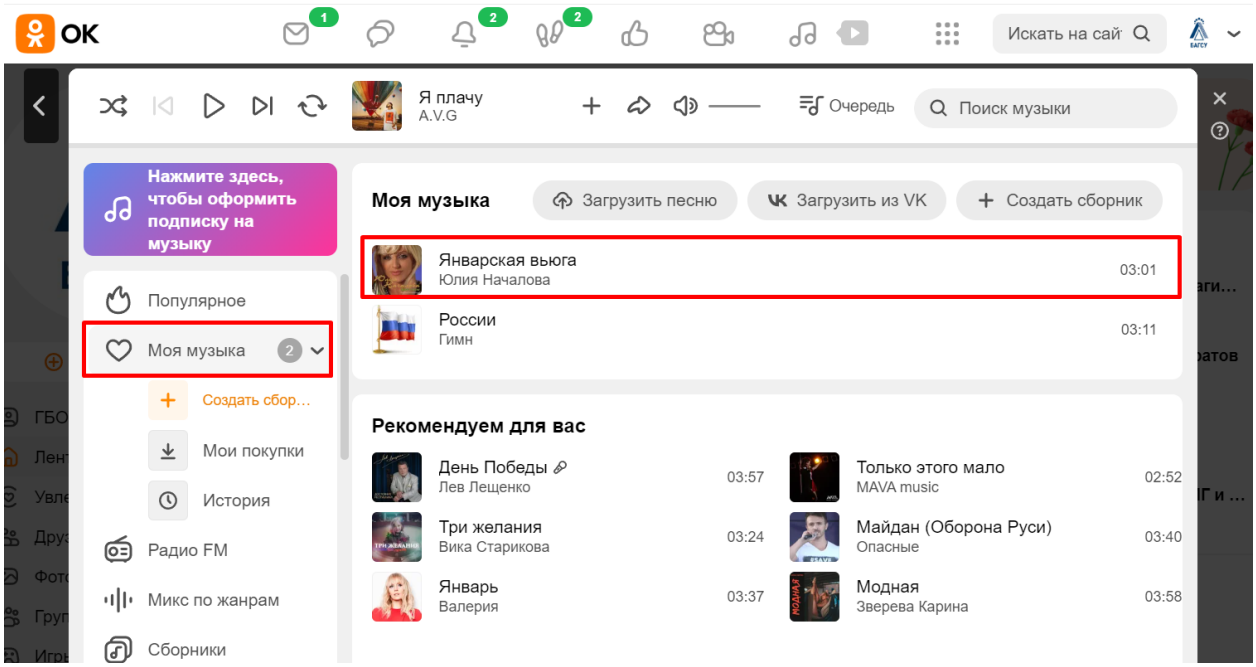


Рисунок 308. Добавление музыки в плейлист

Загрузка и просмотр видеоматериалов. В разделе «Видео» вы можете просматривать и добавлять понравившиеся видеоматериалы в свой альбом или загружать собственные видеоролики с цифрового устройства.

Перейдите в раздел «Видео», нажав кнопку с изображением видеокамеры (рис. 309).

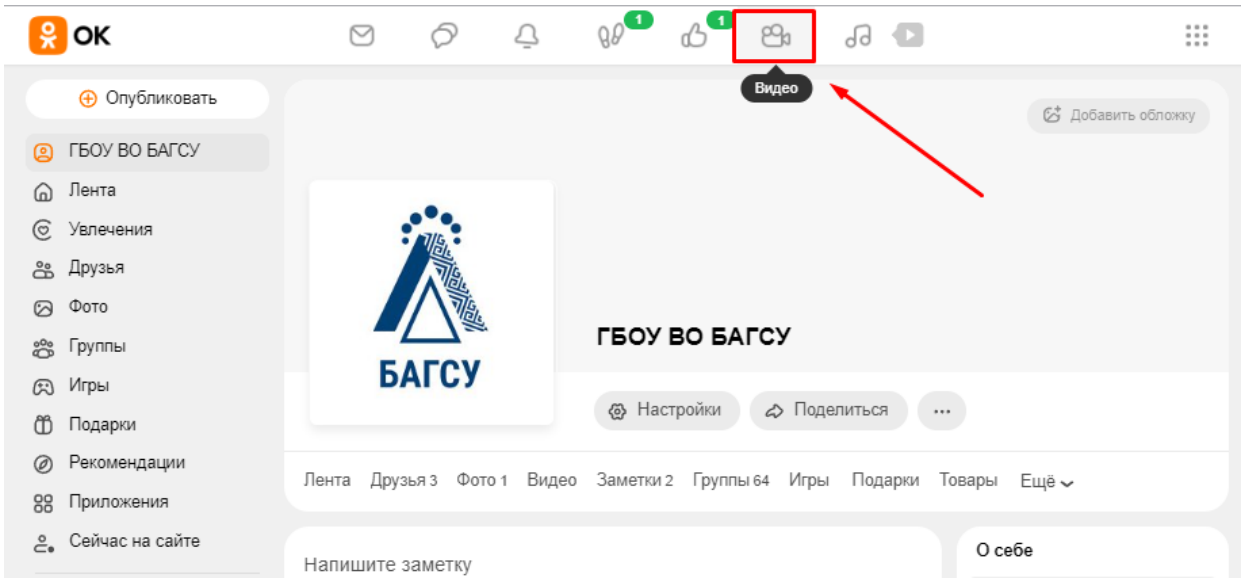


Рисунок 309. Загрузка и просмотр видеоматериала

На открывшейся странице будут отображаться видеоматериалы, рекомендованные к просмотру социальной сетью «Одноклассники». Для просмотра видеоматериалов, загруженных пользователями, перейдите в один из разделов, расположенных в верхней части окна. В качестве примера перейдем в раздел «Детям» (рис. 310).

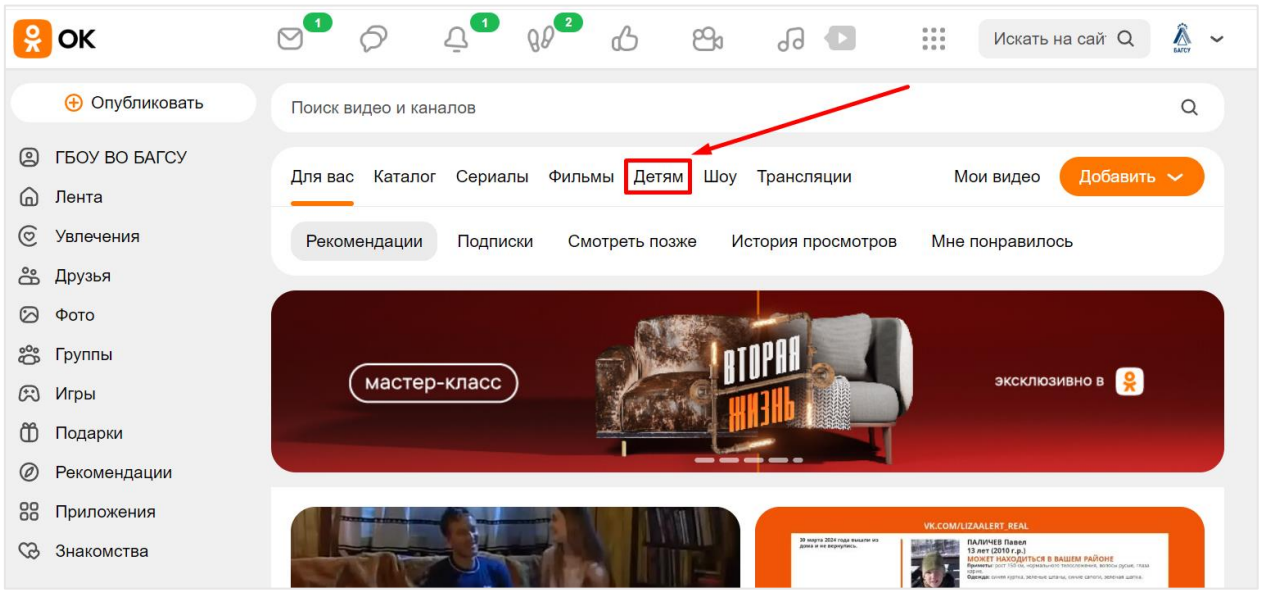


Рисунок 310. Просмотр видеоматериала

Для просмотра видеоматериала необходимо навести курсор компьютерной мыши на его изображение или название и нажать левую кнопку (рис. 311).

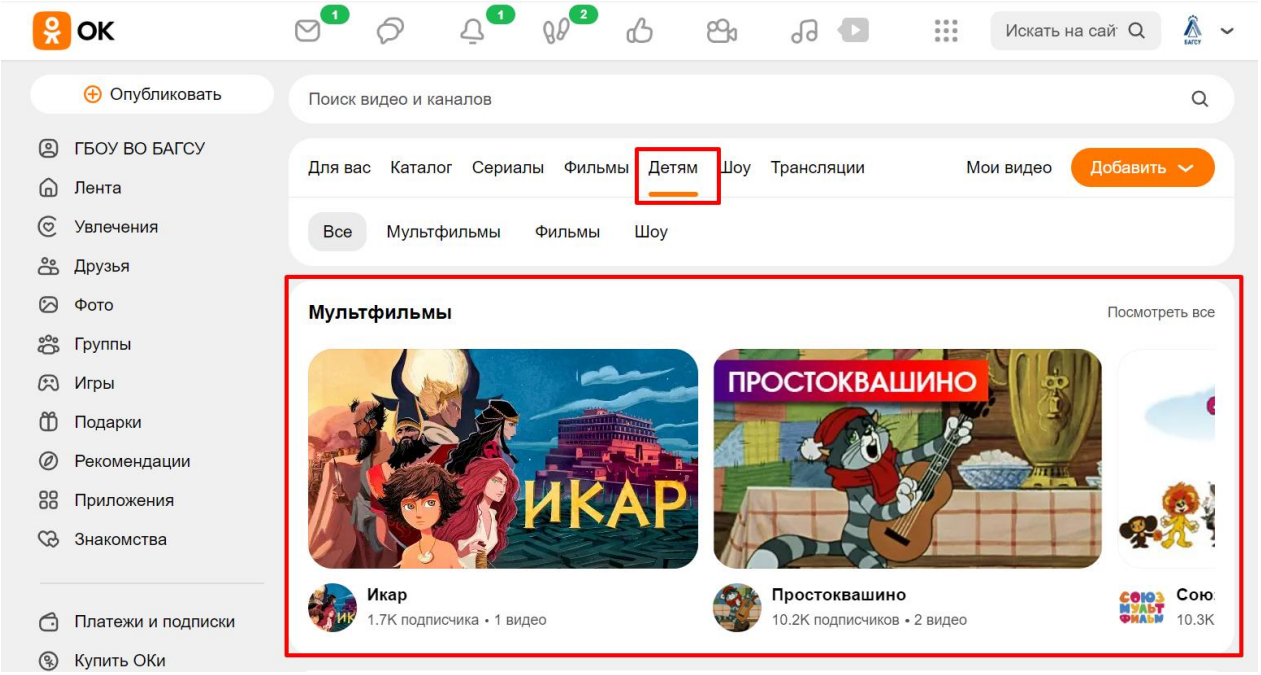


Рисунок 311. Просмотр видеоматериала

Видео откроется во всплывающем окне в специальном видеопроигрывателе социальной сети «Одноклассники». Вы можете оценить его, нажав на кнопку «Класс», или поделиться им с другими пользователями (рис. 312).

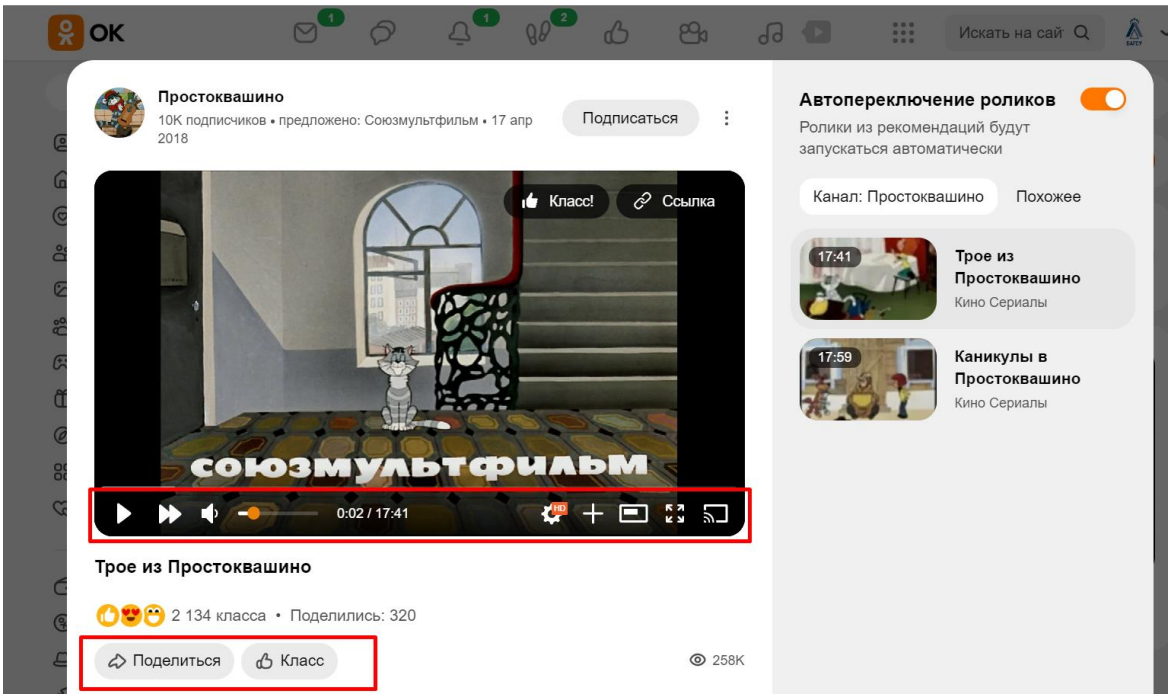


Рисунок 312. Просмотр видеоматериала

Для того, чтобы прекратить просмотр и закрыть видео, нажмите на крестик, размещенный в правой верхней части окна (рис. 313).

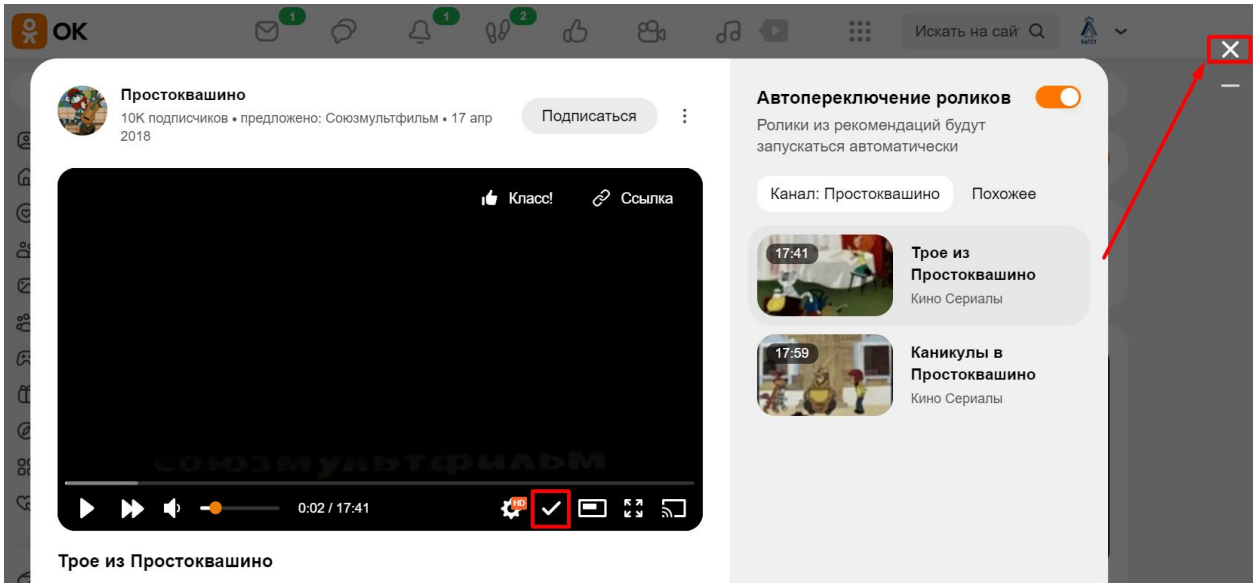


Рисунок 313. Закрытие видеоматериала

Для добавления видеоматериала с вашего цифрового устройства нажмите кнопку «Добавить», расположенную в правой верхней части окна (1) и, в выпадающем списке, выберите и нажмите кнопку «Загрузить файл» (2) (рис. 314).

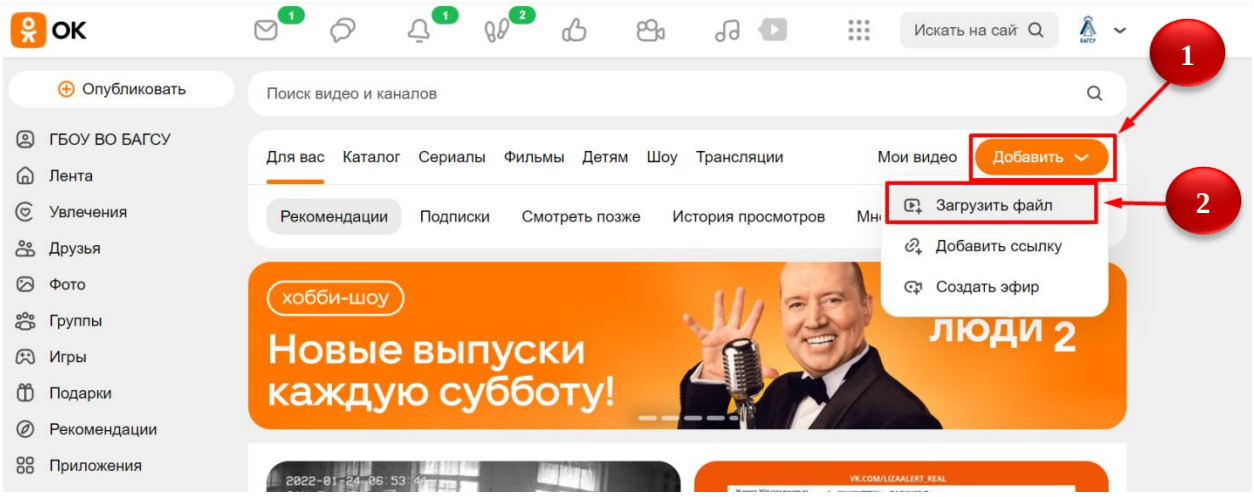


Рисунок 314. Загрузка видеоматериала

Далее нажмите кнопку «Выбрать файл для загрузки» (рис. 315).

ВНИМАНИЕ! Вы можете загрузить видеофайл размером до 32 ГБ!

Социальная сеть «Одноклассники» поддерживает очень много форматов видео, а именно: dv, rm, dat, wm, qt, divx, m2v, ogm, avi, vob, mpg, mpe, mpeg, m2p, mp4, mov, 3gp, asf, wmv, flv, m4v, m2ts, 3g2, evo, f4v, mkv, mcf, ts, mxf, ogg, rmvb, webm, vcd, svcd, DV, RM, DAT, WM, QT, DIVX, M2V, OGM, AVI, VOB, MPG, MPE, MPEG, M2P, MP4, MOV, 3GP, ASF, WMV, FLV, M4V, M2TS, 3G2, EVO, F4V, MKV, MCF, TS, MXF, OGG, RMVB, WEBM, VCD и SVCD.

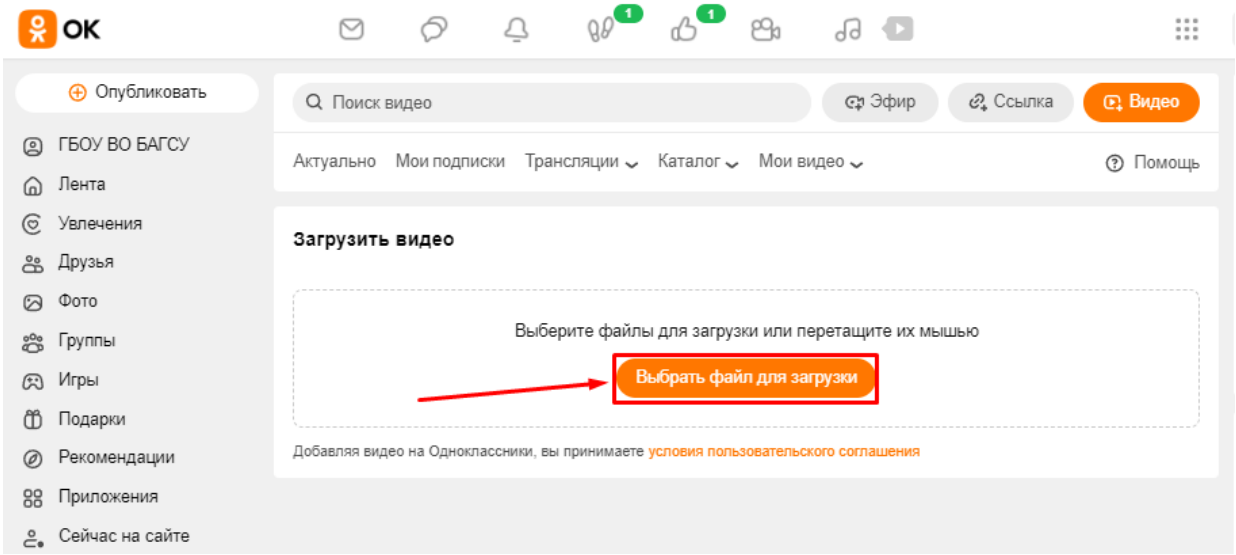


Рисунок 315. Загрузка видеоматериала с цифрового устойства

В открывшемся окне проводника выберите видеоматериал для загрузки (1) и нажмите кнопку «Открыть» (2) (рис. 316).

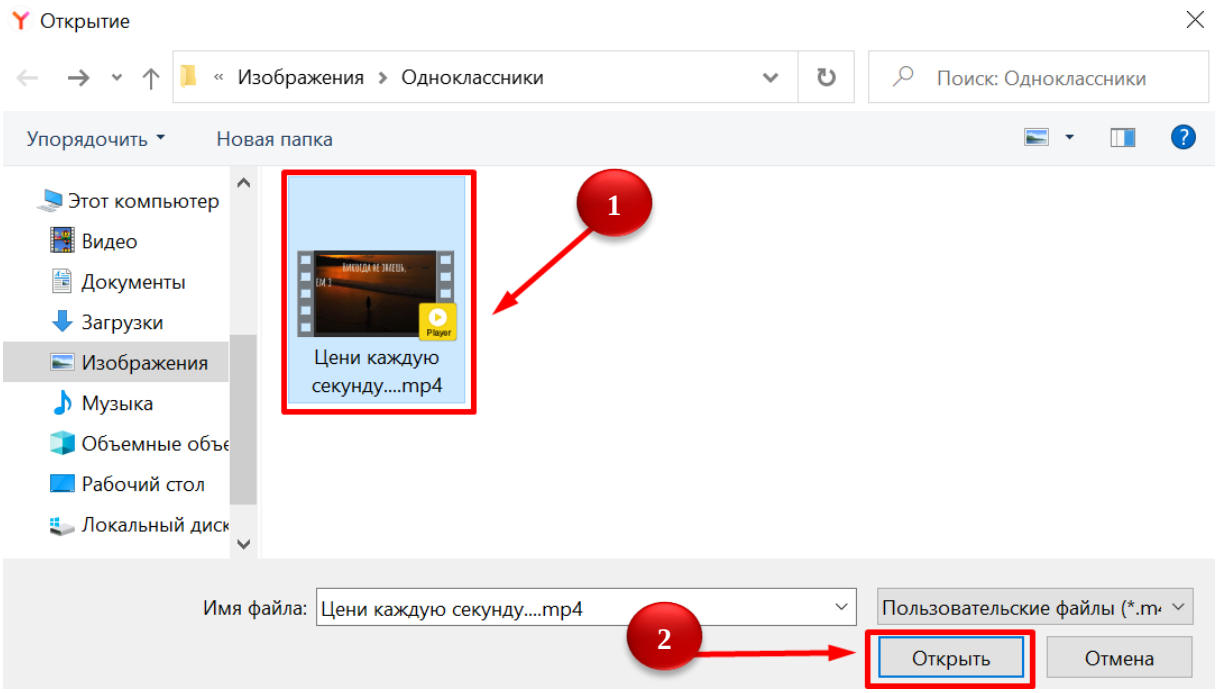


Рисунок 316. Загрузка видеоматериала с цифрового устойства

Загруженный видеоматериал проходит обязательную проверку администрацией социальной сети «Одноклассники» (рис. 317).

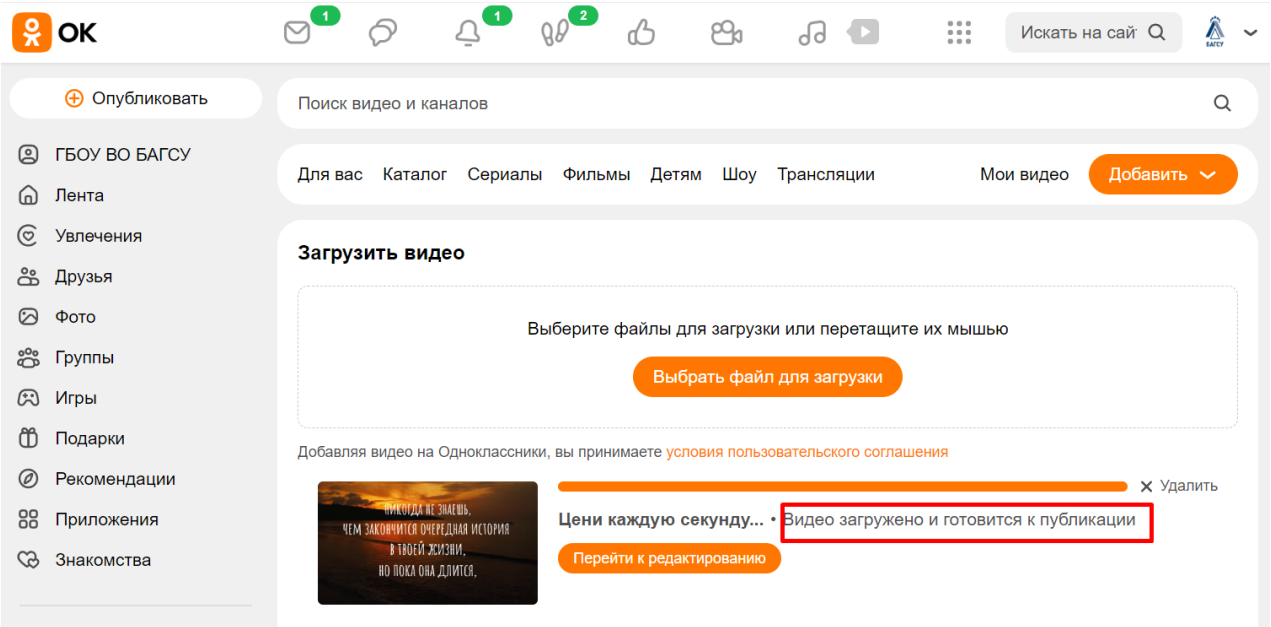


Рисунок 317. Загрузка видеоматериала с цифрового устойства

После загрузки и проверки видеоматериал будет размещен во вкладке «Мои видео» (рис. 318).

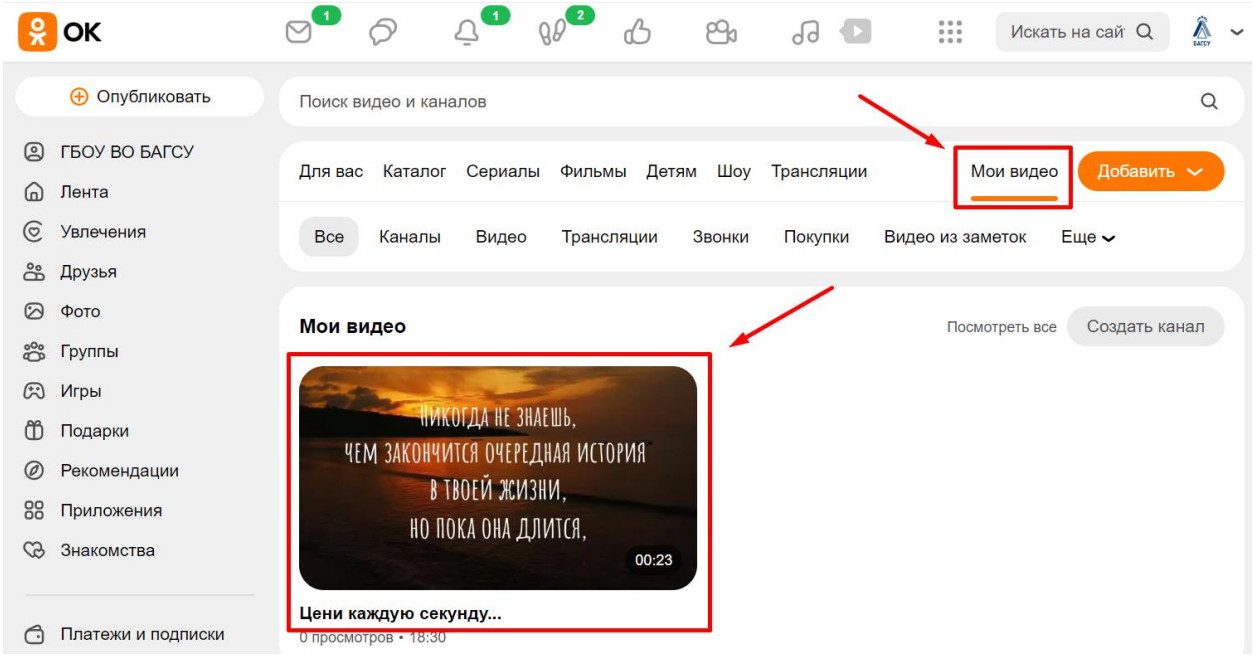


Рисунок 318. Загрузка видеоматериала с цифрового устойства

При желании здесь вы можете создать тематический канал, в который сможете загружать все ролики схожей тематики.



ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 3

1. Какие основные функции доступны в профиле пользователя в социальной сети «Одноклассники»?
2. Как можно изменить настройки своего профиля в социальной сети «Одноклассники»?
3. Что такое «Закрытый профиль» в социальной сети «Одноклассники» и для чего он нужен?
4. Перечислите способы восстановления доступа к профилю в социальной сети «Одноклассники.
5. Какие правила безопасности следует соблюдать при использовании профиля в социальной сети «Одноклассники»?
6. Как настроить свою ленту новостей, чтобы видеть только интересующую информацию?
7. Какие возможности предоставляет функция «Подписки» в Одноклассниках?
8. Какие правила необходимо соблюдать при создании своей группы в Одноклассниках?
9. Для чего нужны «Мероприятия» в Одноклассниках и как ими управлять?
10. В чем особенность работы с «Публичными страницами» в Одноклассниках?
11. Как работают тематические ленты в Одноклассниках и как их использовать для продвижения своего контента?
12. Для чего используются сообщения в Одноклассниках, и какие возможности они предоставляют?
13. Каковы особенности звонков в Одноклассниках по сравнению с другими социальными сетями?
14. Можно ли в Одноклассниках отправлять видео сообщения и как это сделать?
15. Как защитить свой аккаунт от спама и нежелательных сообщений в Одноклассниках?
16. Зарегистрируйте аккаунт в социальной сети «Одноклассники».
17. Настройте свой профиль в социальной сети «Одноклассники».
18. Создайте группу и осуществите ее настройку. Разместите опрос в группе.
19. Создайте фотоальбом мероприятий.



ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 3

1. **Выберите отечественные социальные сети, рекомендованные для ведения страницы государственных и муниципальных организаций.**

а) социальная сеть «Facebook»;

б) социальная сеть «Twitter»;

в) социальная сеть «Одноклассники» и социальная сеть «Вконтакте»;

г) любая социальная сеть.

2. Возможно ли осуществлять видеозвонки в социальной сети «Одноклассники»:

а) возможно, без ограничений;

б) возможно, не более двух раз в сутки;

в) данный функционал не предусмотрен;

г) возможно, не более десяти раз в сутки.

3. Какой символ используются для обозначения «Хештега» в социальной сети «Одноклассники»:

а) &

б) #

в) @

г) ~

4. В каком году была создана социальная сеть «Одноклассники»:

а) 1999 г.;

б) 2000 г.;

в) 2006 г.;

г) 2008 г.

5. Логотип какой социальной сети изображен на картинке:

а) Вконтакте;

б) Однокурсники;

в) Одноклассники;

г) Телеграмм.

6. Можно ли пригласить в свою группу пользователя, который не является вашим другом?

а) Нет, пользователь обязательно должен быть добавлен в друзья;

б) Да, можно пригласить пользователя, перейдя на его страницу профиля;

в) В настоящее время данный алгоритм находится на стадии разработки;

г) Можно, если к профилю привязана его электронная почта.

7. Какое количество друзей вы можете добавить в социальной сети «Одноклассники»?

а) до 1000;

б) до 3000;

в) до 6000;

г) без ограничений.

8. Возможно ли осуществить демонстрацию экрана при видеозвонке в социальной сети «Одноклассники»?

а) Да, но только работая с компьютера/ноутбука;

б) Да, но только работая с телефона/планшета;

в) Да, демонстрировать экран можно как работая с компьютера, так и с телефона;

г) Такой возможности нет.

9. В социальной сети «Одноклассники» двойная защита профиля осуществляется через ...

а) SMS подтверждение;

б) отправку кода по адресу электронной почты;

в) установку ПИН-кода;

г) телефонный звонок.

10. Для чего используется «Черный список» в социальной сети «Одноклассники»?

а) В него автоматически попадет спам-рассылка;

б) В нем отображаются пользователи, удалившие свою страницу в социальной сети «Одноклассники»;

в) Пользователи, добавленные в «черный список», не смогут просматривать ваш профиль и взаимодействовать с ним;

г) В нём хранятся черновики ваших сообщений.

ГЛАВА 4.
ПРИМЕНЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «TELEGRAM» В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА

§4.1. Социальная сеть «Telegram»: содержание, установка и регистрация.



Telegram – социальная сеть, мессенджер (приложение) для мгновенного обмена сообщениями с функциями обмена текстовыми, голосовыми и видео-сообщениями, а также стикерами, фотографиями и файлами любых форматов.

Функционал социальной сети, мессенджера «Telegram» позволяет совершать аудио и видеозвонки, организовывать конференции, многопользовательские группы и каналы, осуществлять онлайн-взаимодействие в каналах и группах. Приложение поддерживает большое количество телеграм-ботов, представленных специальными программами, встроенными внутри самого мессенджера. Работа с телеграм-ботами осуществляется с помощью текстовых и голосовых сообщений. Применение социальной сети в профессиональной деятельности способствует повышению качества, скорости и эффективности общения с коллегами, решения производственных задач.

Среди основных преимуществ работы социальной сети «Telegram» можно отметить следующие:

- используется на различных цифровых устройствах: смартфоны, планшеты, компьютеры, ноутбуки;
- предоставляет доступ для работы одновременно с нескольких цифровых устройств;
- позволяет обмениваться неограниченным количеством текстографического и мультимедийного контента, объемом до 2 ГБ;
- позволяет создавать групповые чаты общим количество до 200 000 участников;
- позволяет создавать каналы для вещания на неограниченное количество аудитории;
- позволяет организовать «Голосовой чат» и «Групповые видеозвонки» с неограниченным числом участников.

В 2024 году аудитория «Telegram» составляет 900 млн. активных пользователей в месяц. Это означает, что «Telegram» использует 9,9% населения Земли ежемесячно. Каждый день в «Telegram» регистрируется 2,5

млн. новых пользователей. Пользователи проводят в социальной сети в среднем 3 часа 57 минут в месяц.

Самые популярные темы в «Telegram» – новости (85%), второе место – развлечения (62%), третье место – образование (58%). По данным TGStat в Telegram большего всего пользователей в возрасте от 25 до 34 лет (29,4%). На втором месте – возрастная группа от 35 до 44 лет (23,8%).

Установка и регистрация социальной сети, мессенджера «Telegram» на цифровых устройствах

Рассмотрим установку «Telegram» на цифровые устройства: смартфон и планшет. Для этого, на своем цифровом устройстве, запустите приложение «Play Market» для платформы Android (рис. 319).



Рисунок 319. Приложение «Play market»

Для платформы IOS (Айфон), запустите приложение «App Store» (рис. 320).



Рисунок 320. Приложение «App Store»

После запуска приложения, в поисковой строке, наберите текст – «Telegram» (рис. 321).

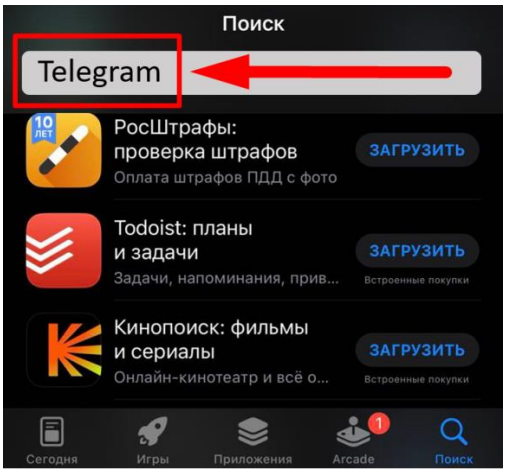


Рисунок 321. Поисковая строка

Вам откроется страница с приложением «Telegram». Для платформы Android необходимо выбрать и нажать кнопку «Установить» (рис. 322).

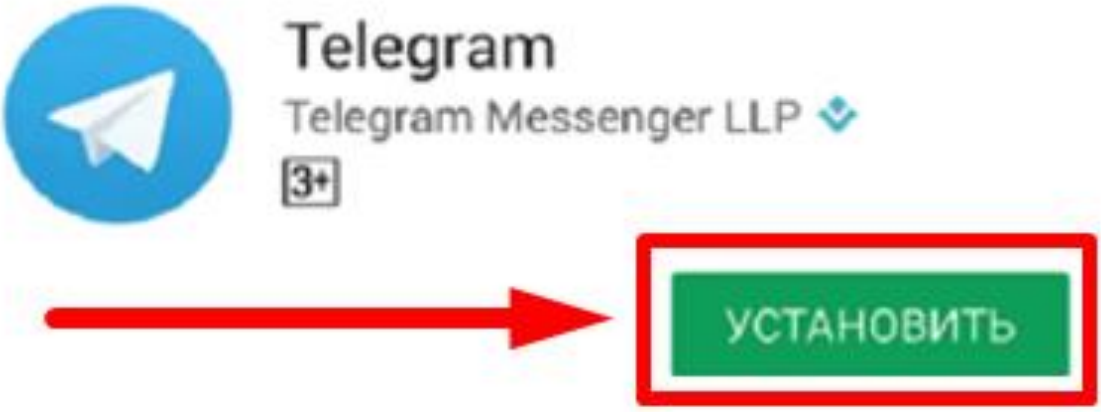


Рисунок 322. Кнопка «Установить» для Android

Для платформы IOS необходимо выбрать и нажать кнопку «Загрузить» (рис. 323).

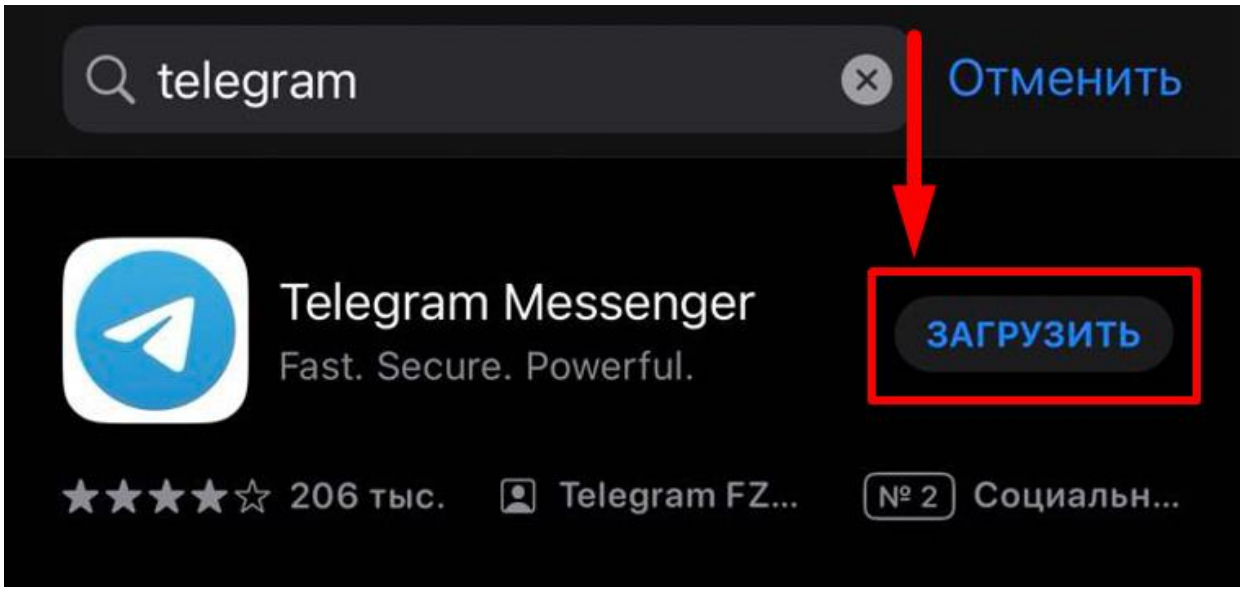


Рисунок 323. Кнопка «Установить» для IOS (Айфон)

Далее дождитесь пока приложение «Telegram» загрузится и автоматически установится на ваше цифровое устройство. После чего значок установленного приложения «Telegram» отобразится на рабочем столе вашего цифрового устройства. Для запуска приложения – нажмите на него.

Следующим шагом необходимо зарегистрироваться в социальной сети, мессенджере «Telegram». Для чего выберите и нажмите кнопку «Продолжить на русском» (1). Введите номер своего телефона и нажмите кнопку

«Продолжить» (2). Введите код, полученный в смс-сообщении (3). Вы автоматически войдете в «Telegram» (рис. 324).

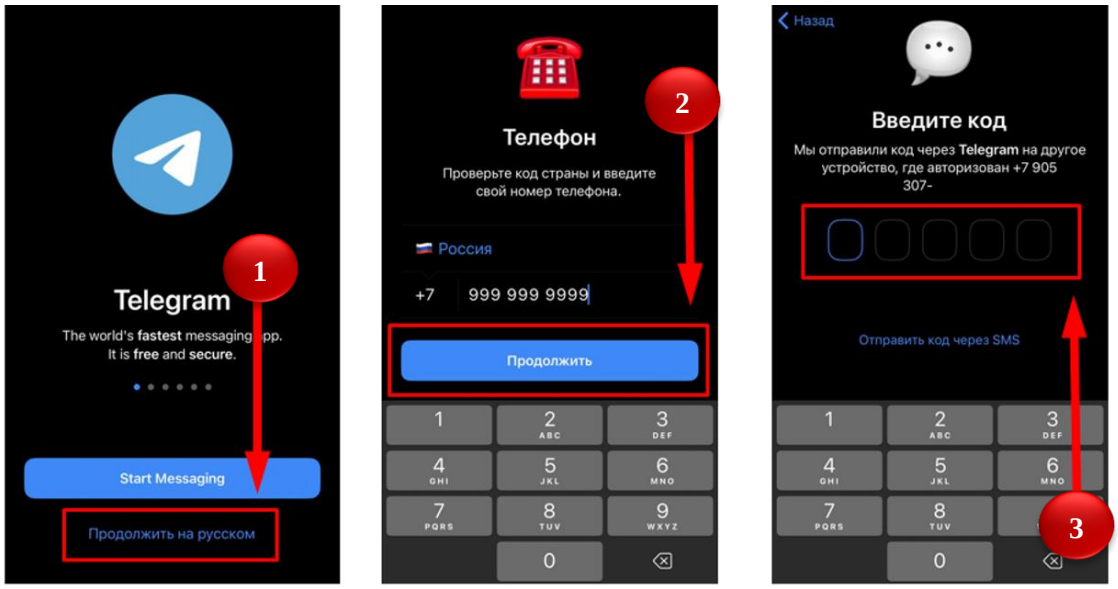


Рисунок 324. Первый вход в Telegram

Далее заполните личные данные: имя и фамилию (1). Нажмите кнопку «Готово» (2) (рис. 325).

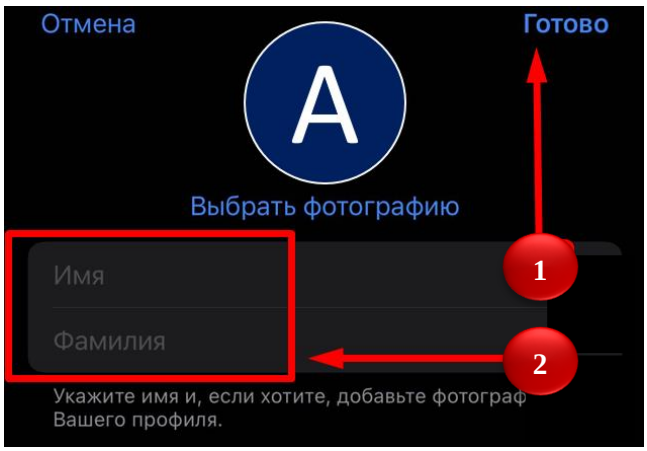


Рисунок 325. Заполнение личных данных

На этом установка и регистрация в «Telegram» на смартфоне (планшете) завершены.

Установка социальной сети, мессенджера «Telegram» на персональный компьютер, ноутбук

Установка и запуск приложения «Telegram» требует наличия цифрового устройства: персонального компьютера или ноутбука. Рассмотрим установку приложения «Telegram» на персональный компьютер, ноутбук. Для того, чтобы установить приложение «Telegram» необходимо открыть интернет-браузер, например, Google Chrome, Microsoft Edge, Mozzila, Opera, Safari и другие (рис. 326).



Рисунок 326. Интернет-браузеры

После того, как браузер загрузился и открылся, в адресной поисковой строке введите следующий адрес: desktop.telegram.org и перейдите по нему (рис. 327).

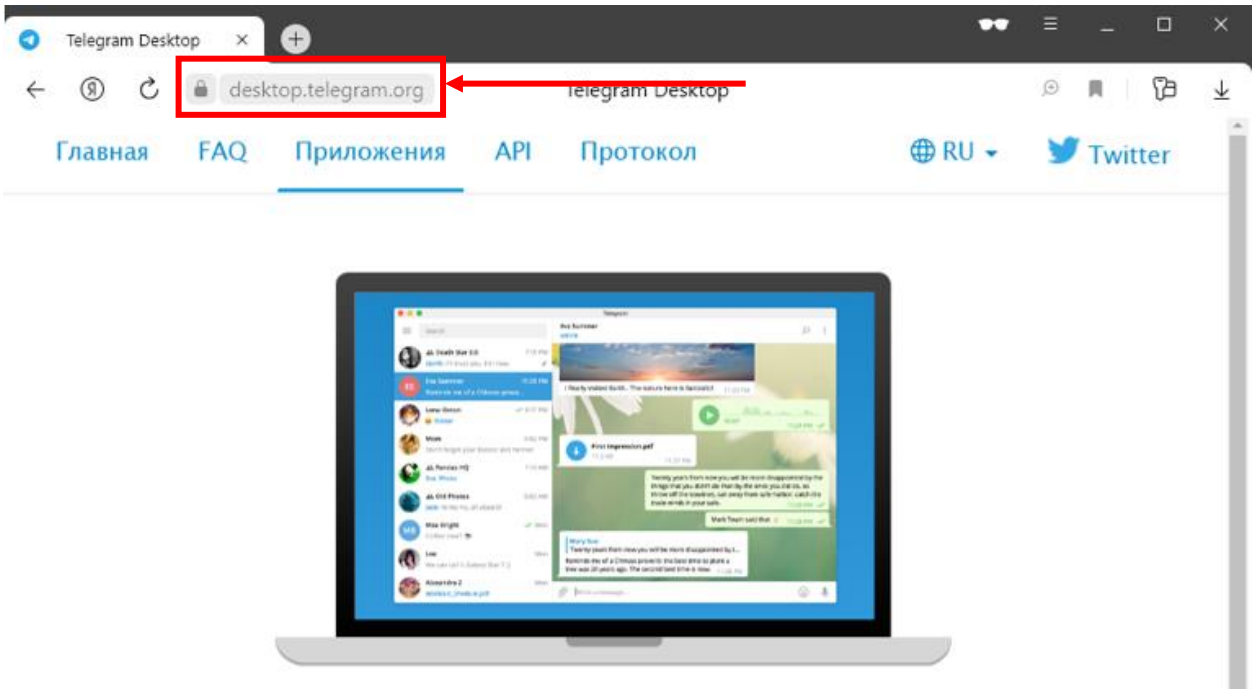


Рисунок 327. Запрос в адресной поисковой строке «desktop.telegram.org»

В открывшемся окне выберите и нажмите кнопку «Telegram для Windows x64» (рис. 328). Данное действие позволит начать автоматическую загрузку установочного файла на ваш персональный компьютер, ноутбук.

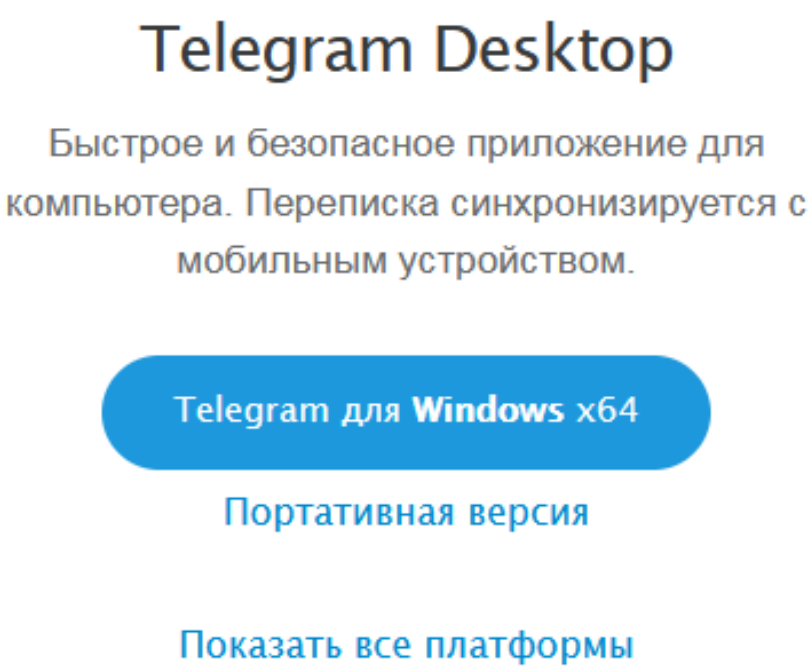


Рисунок 328. Кнопка «Telegram для Windows x64»

После того, как установочный файл «Telegram» загрузится на ваш персональный компьютер, откройте, запустите его (рис. 329).



Рисунок 329. Установочный файл приложения Telegram

В появившемся окне выберите язык установки приложения (для большинства пользователей – это русский язык). Далее нажмите кнопку «Ок» (рис. 330).

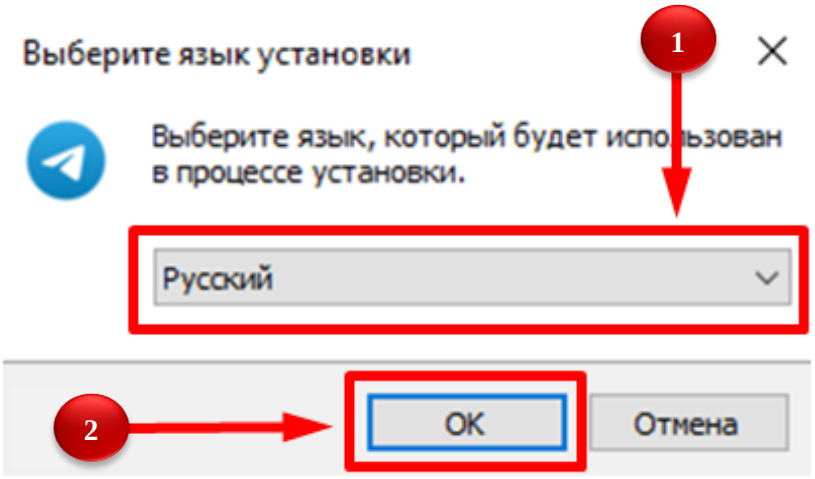


Рисунок 330. Выбор языка установки приложения

Следующим шагом выберите место установки приложения «Telegram» на персональном компьютере, ноутбуке. Например, вы можете установить приложение на диск «С» или диск «Д». Определив место установки приложения, выберите и нажмите кнопку «Далее» (рис. 331).

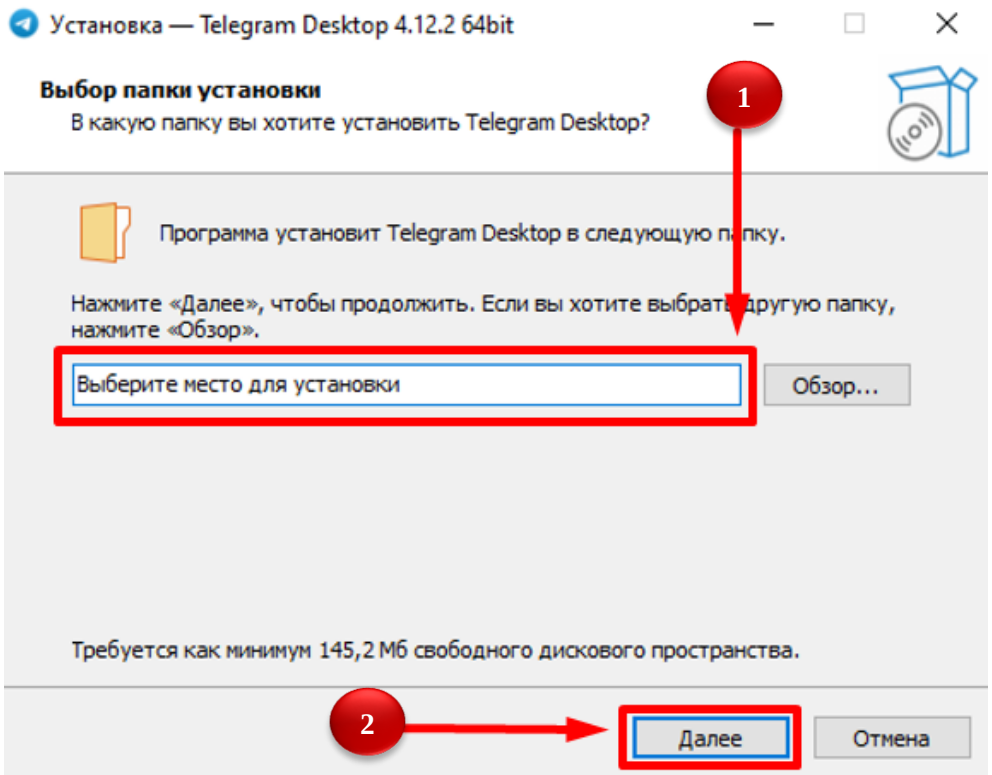


Рисунок 331. Выбор места установки приложения Telegram на персональном компьютере

Вам откроется новое окно. В нем, по желанию, следуя инструктивной информации, расположенной на экране, вы можете создать ярлык для

быстрого запуска приложения в меню «Пуск», а также определить место расположения ярлыка быстрого запуска приложения. Для продолжения установки нажмите кнопку «Далее» (рис. 332).

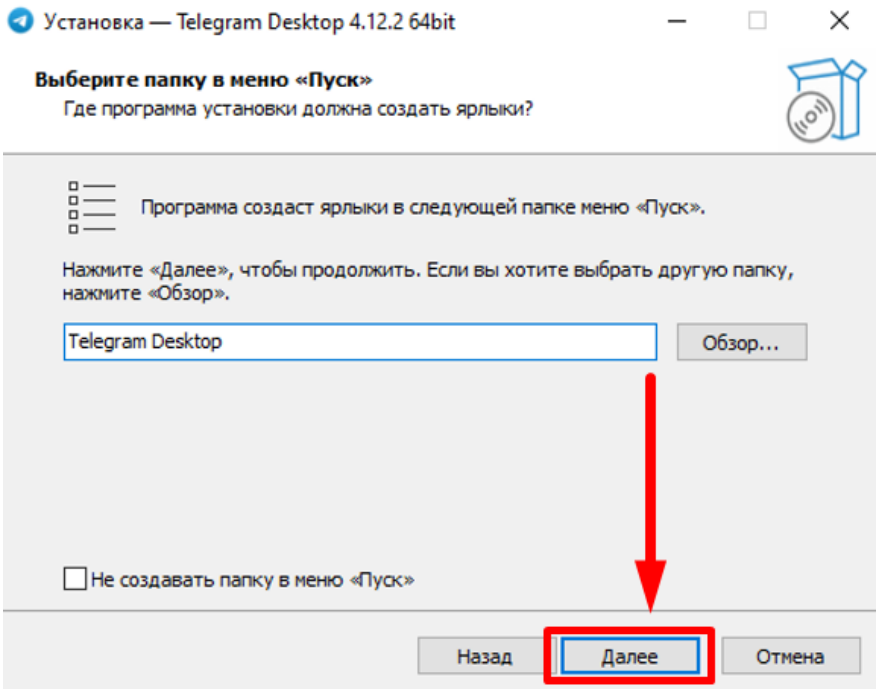


Рисунок 332. Новое окно

Вам откроется окно с дополнительными задачами. Нажмите кнопку «Далее» (рис. 333).

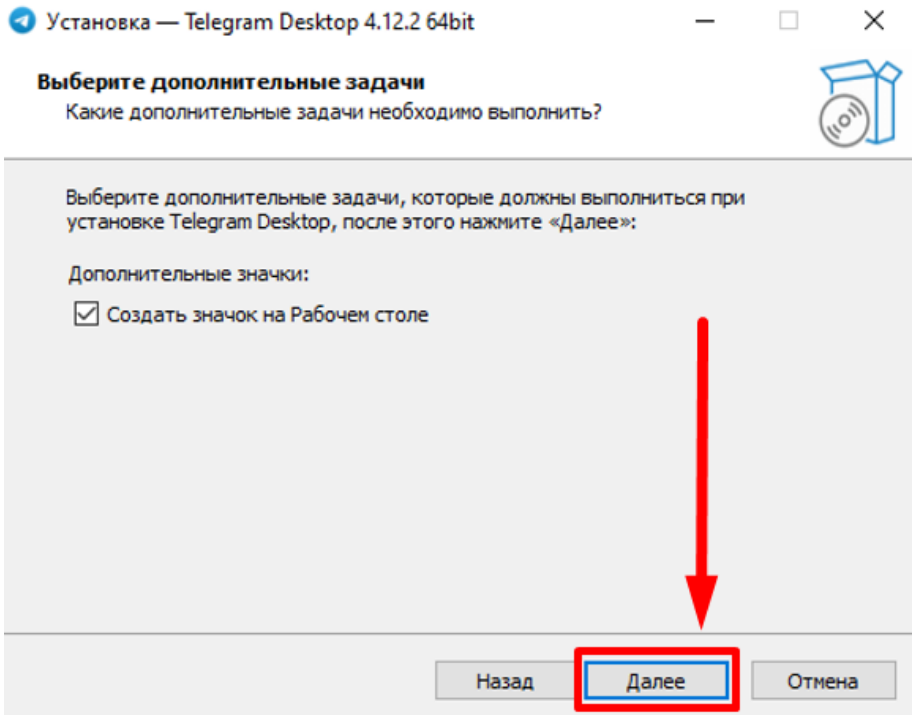


Рисунок 333. Окно с дополнительными задачами

Проверьте корректность заданных вами параметров. Если все верно – нажмите кнопку «Установить» (рис. 334).

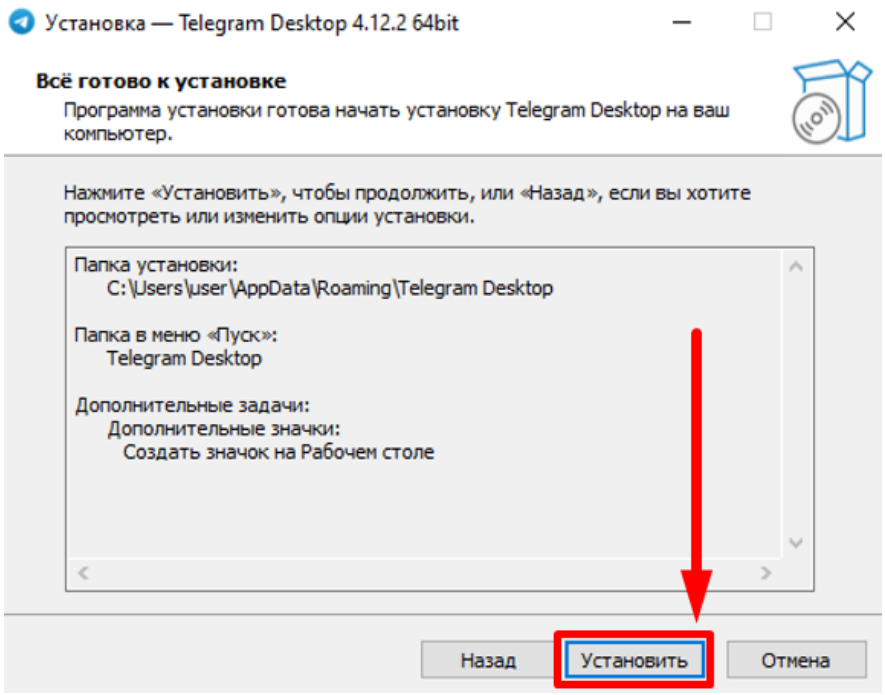


Рисунок 334. Установка приложения

После этого начнется автоматическая процедура установки приложения на ваш персональный компьютер, ноутбук. Дождитесь ее окончания. В новом открывшемся окне выберите и нажмите кнопку «Завершить», после чего произойдет автоматический запуск приложения «Telegram» (рис. 335).

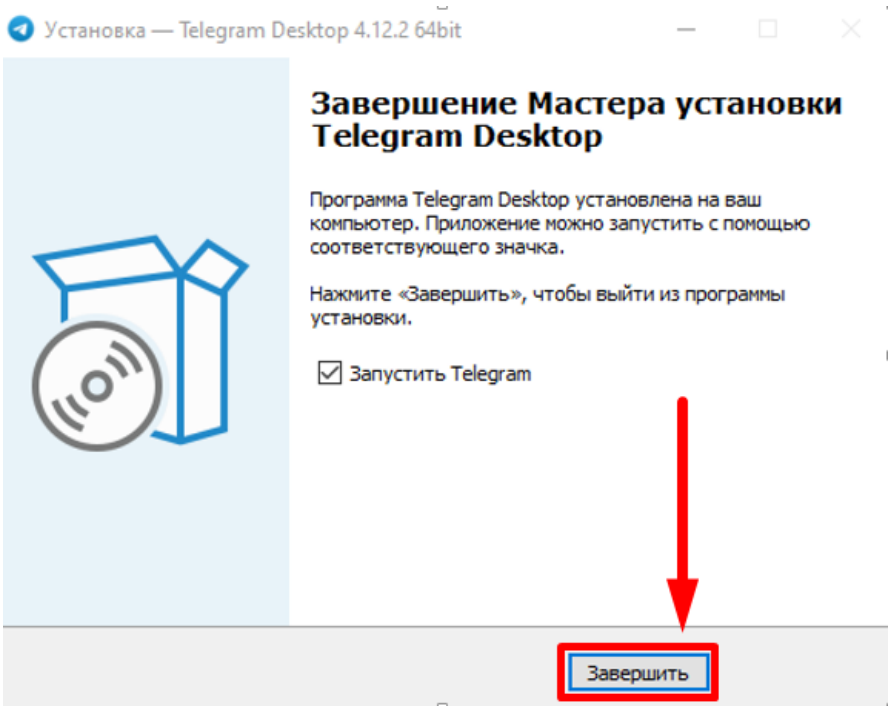


Рисунок 335. Завершение установки приложения

Далее в открывшемся окне выберите язык, на котором будет работать приложение. В качестве примера, чтобы установить русский язык нажмите на кнопку «Продолжить на русском». Приложение «Telegram» на вашем цифровом устройстве будет работать на русском языке (рис. 336).

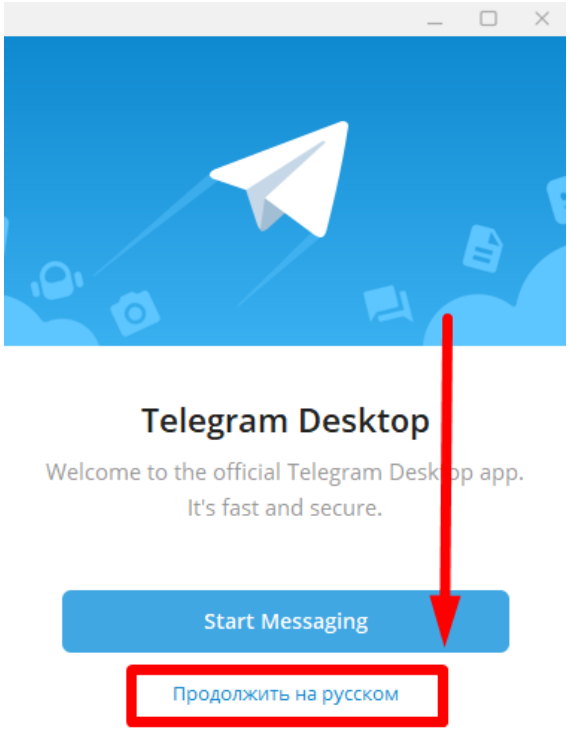


Рисунок 336. Кнопка «Продолжить на русском»

Далее нажмите кнопку «Начать общение» (рис. 337).

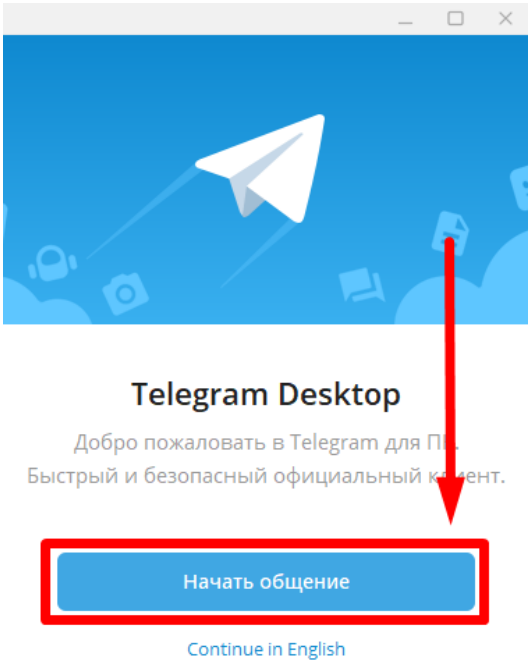


Рисунок 337. Кнопка «Начать общение»

Следующим шагом необходимо выбрать и нажать кнопку «Вход по номеру телефона» (рис. 338).

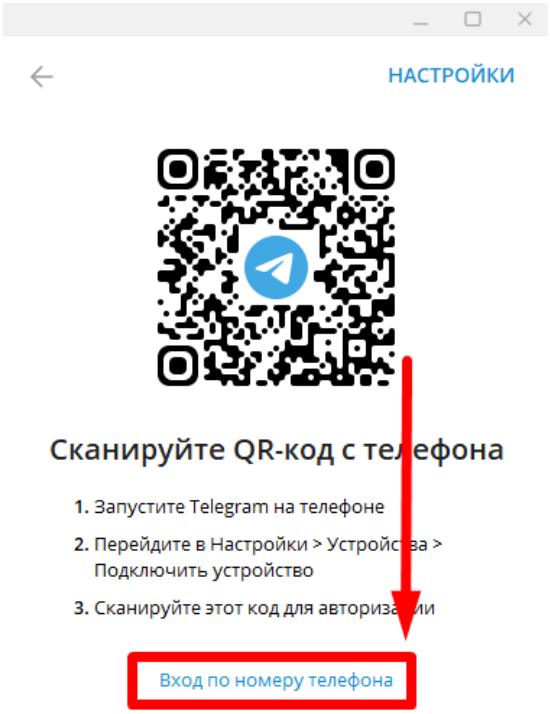


Рисунок 338. Кнопка «Вход по номеру телефона»

Для начала общения требуется ввести номер телефона. Данная процедура обязательна, не содержит каких-либо финансовых обязательств, например, списания финансовых средств со счета мобильного телефона. Следующим шагом нажмите кнопку «Продолжить» (рис. 339).

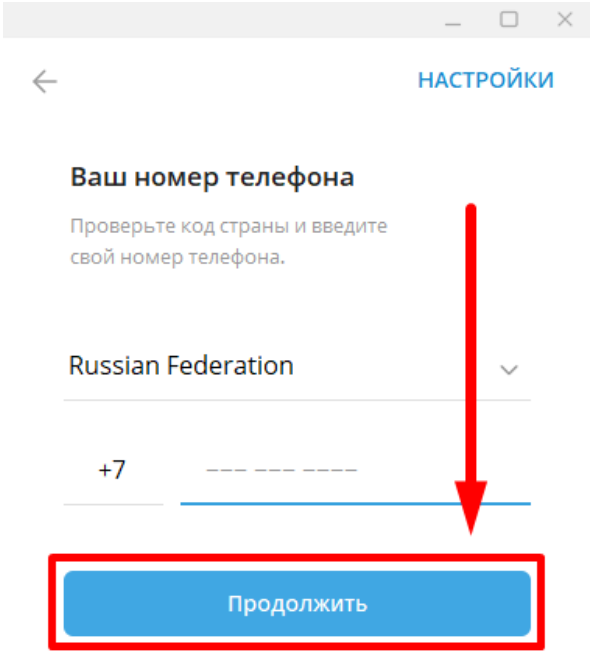


Рисунок 339.Окно номера телефона

На указанный вами номер телефона придёт смс-сообщение, содержащий код. Данный код необходимо вписать в строку «Код», далее нажать кнопку «Продолжить» (рис. 340).

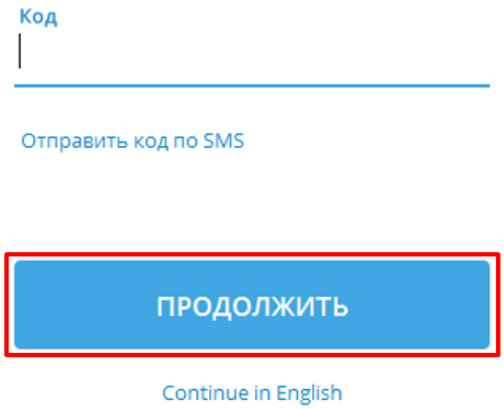


Рисунок 340. Окно ввода кода

Следующим шагом введите ваше имя (1) и выберите фото для аватара (2). На этом установка приложения «Telegram» на персональный компьютер или ноутбук считается завершенной (рис. 341).

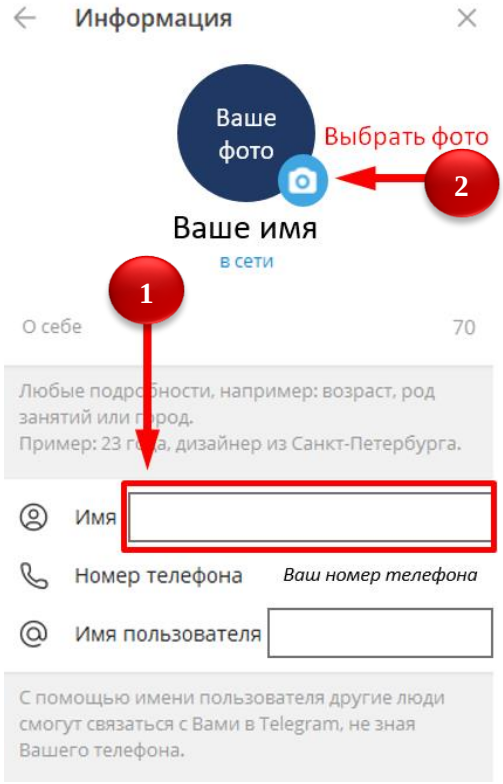


Рисунок 341. Ввод имени и выбор фото для аватара

§4.2. Создание и управление групповым чатом в социальной сети «Telegram»

В процессе работы с приложением «Telegram» на персональном компьютере или ноутбуке вы можете видеть на экране монитора две рабочие области, являющиеся основным рабочим пространством. В левой рабочей области формируется и отображается список всех созданных вами групп и проведенных бесед (онлайн-взаимодействий). В правой рабочей области отображается чат взаимодействий с группой или отдельными участниками (рис. 342).

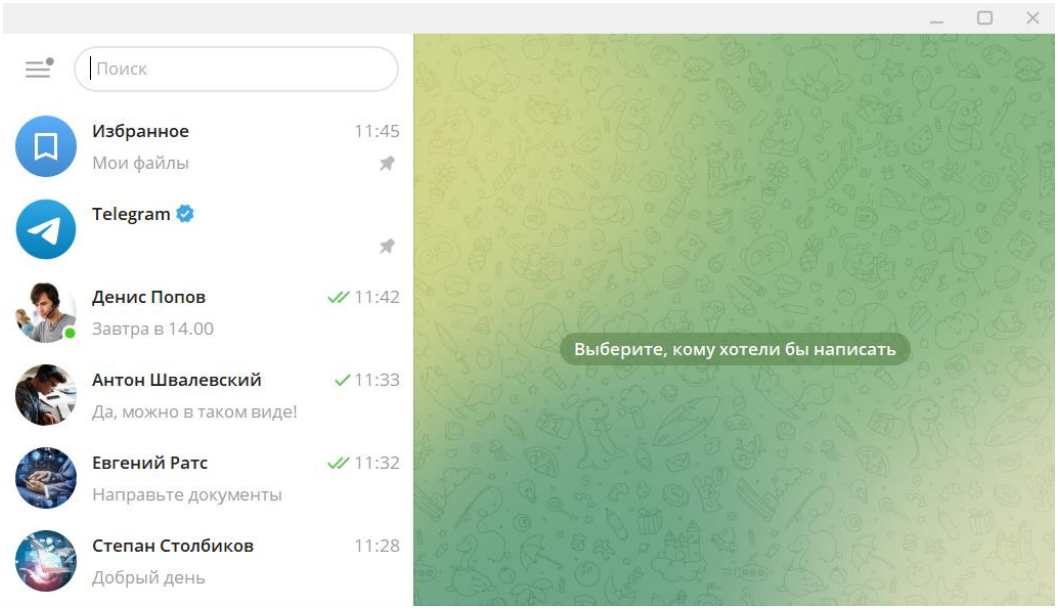


Рисунок 342. Версия Персонального компьютера

В мобильном приложении «Telegram», установленном на планшет или смартфон, функционально представлена одна, общая, рабочая область (рис. 343). В ней отображается список всех созданных вами групп и проведенных бесед (онлайн-взаимодействий).

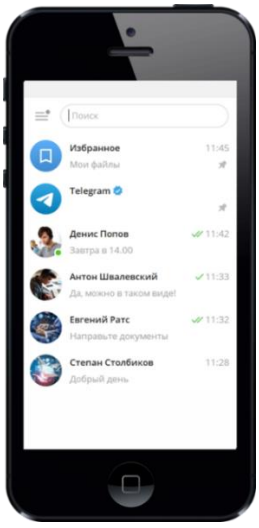


Рисунок 343. Версия Смартфона

Работая в приложении «Telegram», можно создавать групповые чаты или каналы. Отличительная особенность канала от группового чата в том, что канал не имеет ограничений по числу подписчиков. Также, информация в канале размещается только его администратором/создателем.

Для группового чата, в отличие от канала, установлено ограничение на число подписчиков/участников, и составляет до 200 000 человек в одной группе. Информацию, размещаемую в группе, может выкладывать любой ее подписчик/участник.

Рассмотрим алгоритм создания группового чата в приложении «Telegram» на персональном компьютере или ноутбуке. Для этого необходимо войти в приложение «Telegram». Выберите и нажмите кнопку, расположенную в верхнем левом углу экрана, изображенную в виде «трех полосок» (рис. 344).

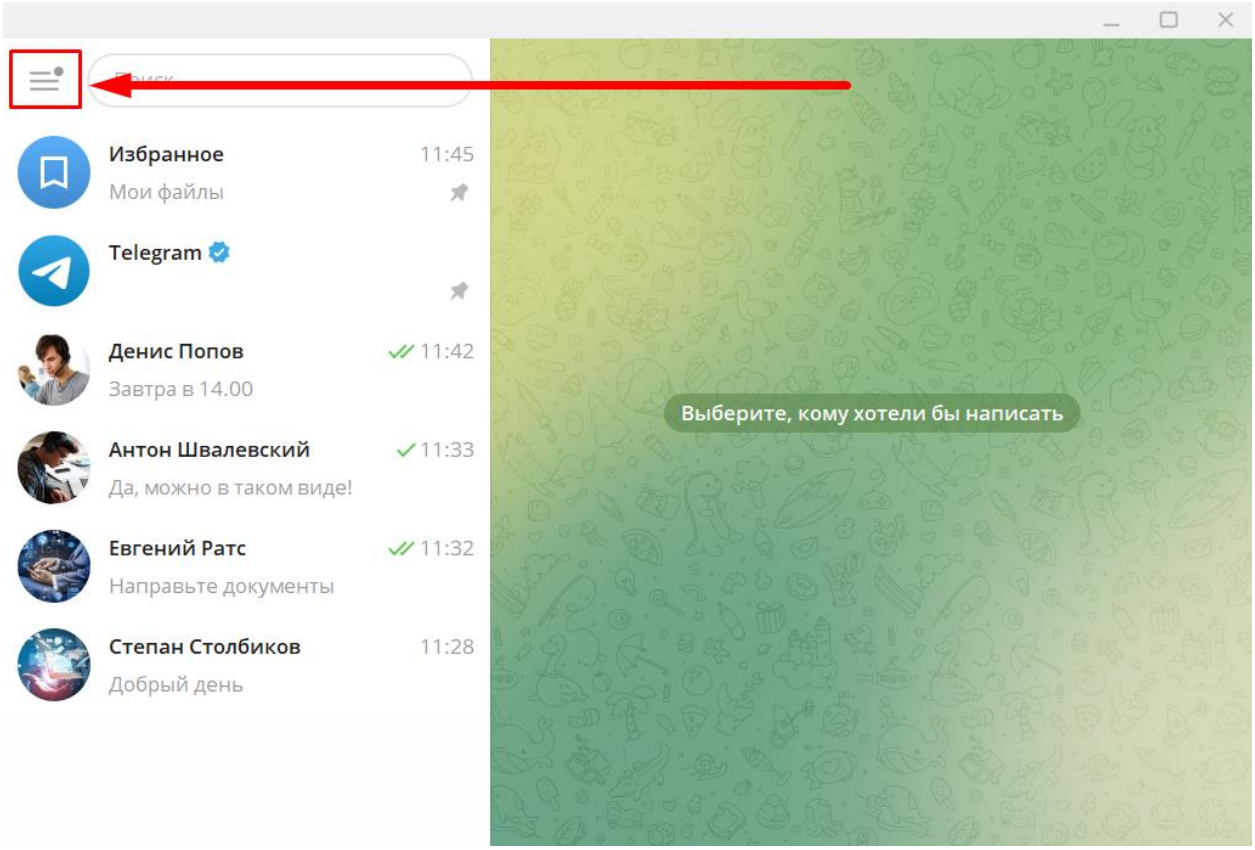


Рисунок 344. Кнопка в виде «трех полосок»

Далее выберите и нажмите кнопку «Создать группу» (рис. 345).

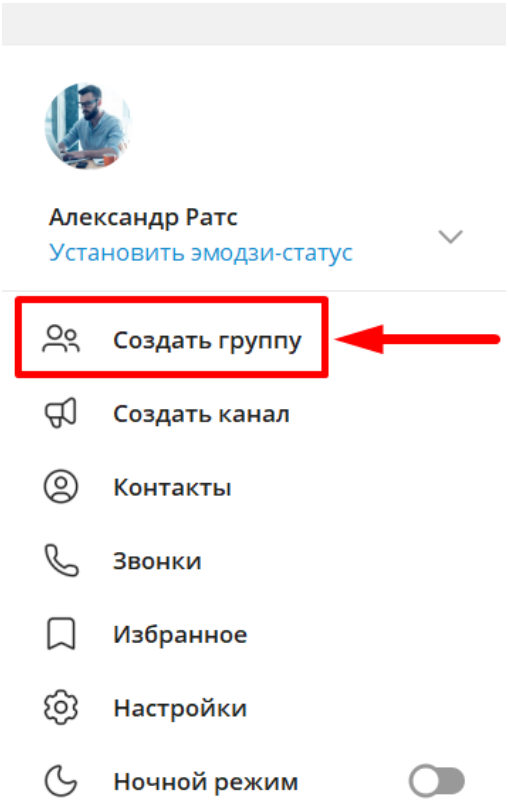


Рисунок 345. Кнопка «Создать группу»

В открывшемся окне, в поле «Название группы», придумайте и введите название группы (1). Нажмите кнопку «Далее» (2) (рис. 346).

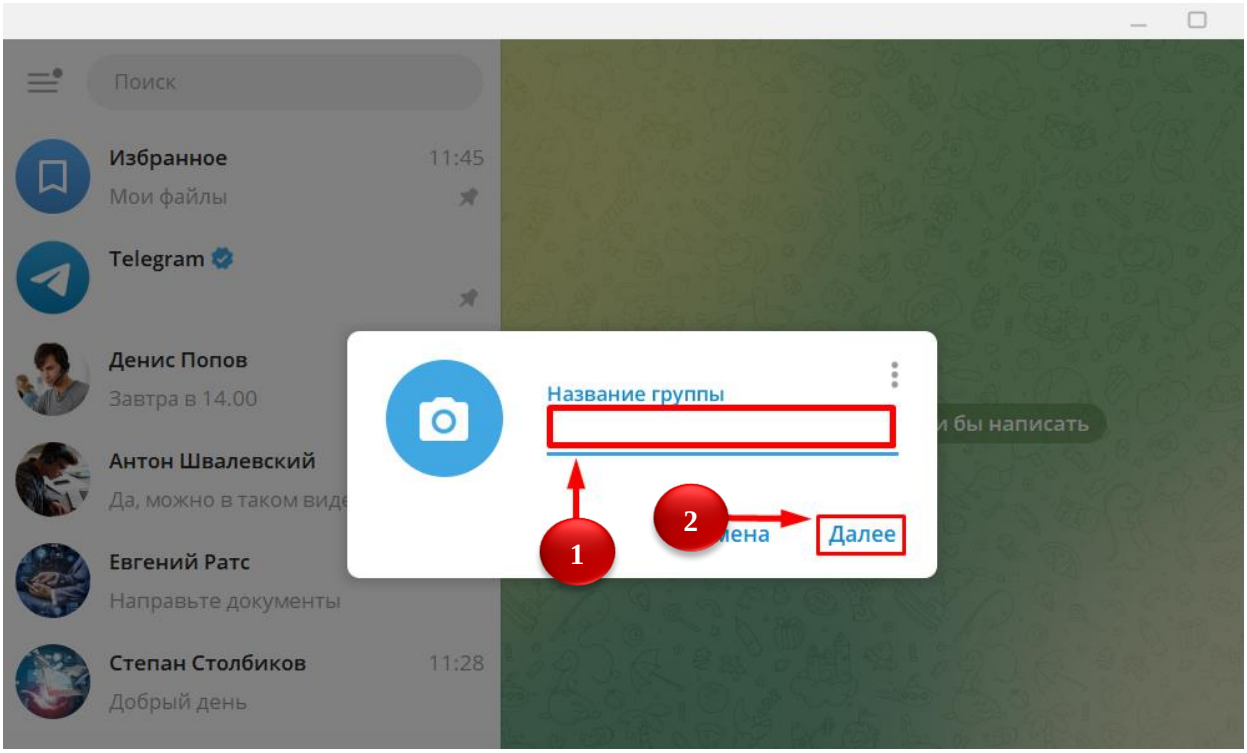


Рисунок 346. Ввод названия группы

В новом открывшемся окне выберите и нажмите на требуемый контакт, который вы хотите добавить в группу в качестве участника. С целью быстрого и удобного поиска необходимого контакта, воспользуйтесь поисковым полем. В нем впишите название требуемого контакта таким образом, как он записан в адресной книге вашего цифрового устройства. Для формирования списка участников и добавления их в вашу группу выберите и нажмите на требуемый(-е) контакт(-ы) (1). Нажмите кнопку «Создать» (2) (рис. 347). Группа создана.

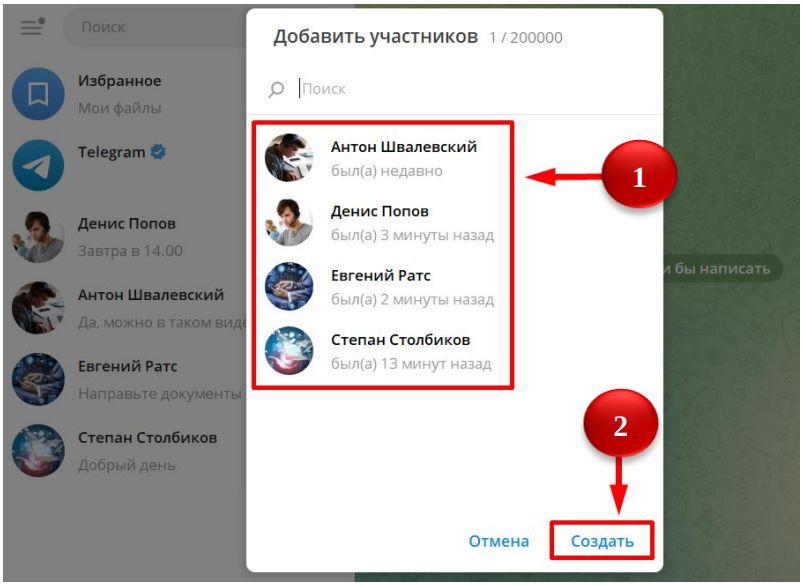


Рисунок 347. Добавление участников группы

Для добавления в существующую группу новых участников, выберите и нажмите на строку с наименованием данной группы. Далее выберите и нажмите кнопку «Добавить участников» (рис. 348).

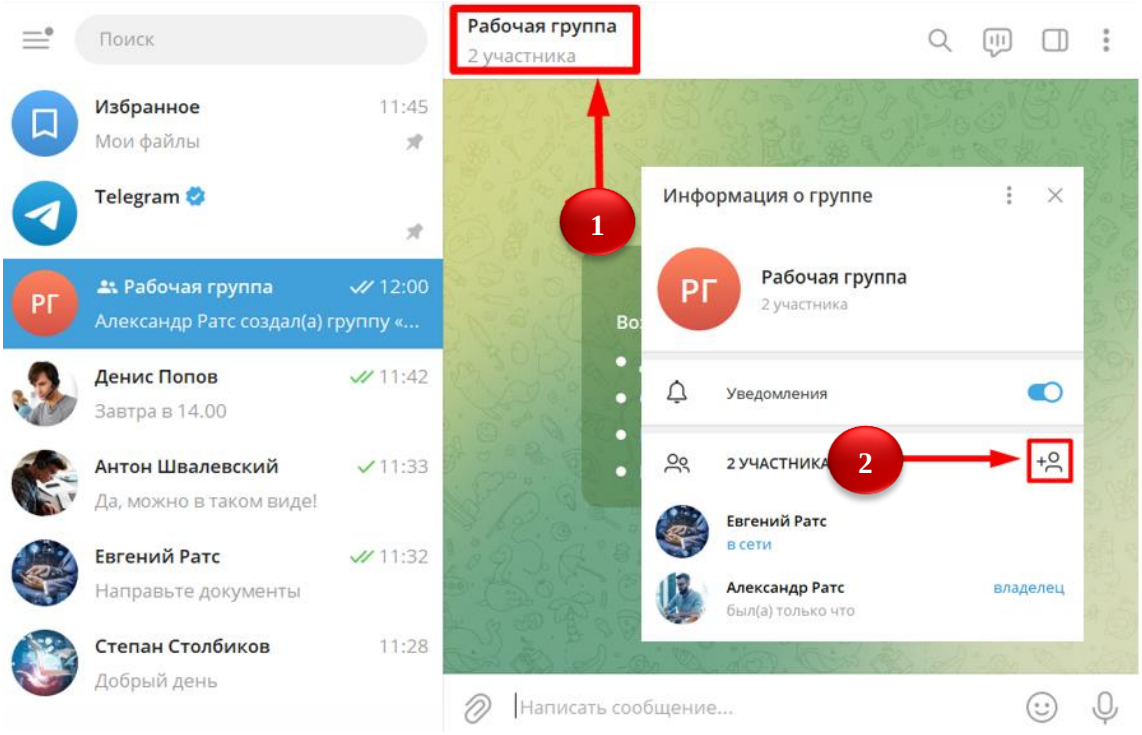


Рисунок 348. Добавление новых участников в созданную группу

В открывшемся окне выберите и нажмите на требуемый контакт. Далее нажмите кнопку «Добавить» (рис. 349).

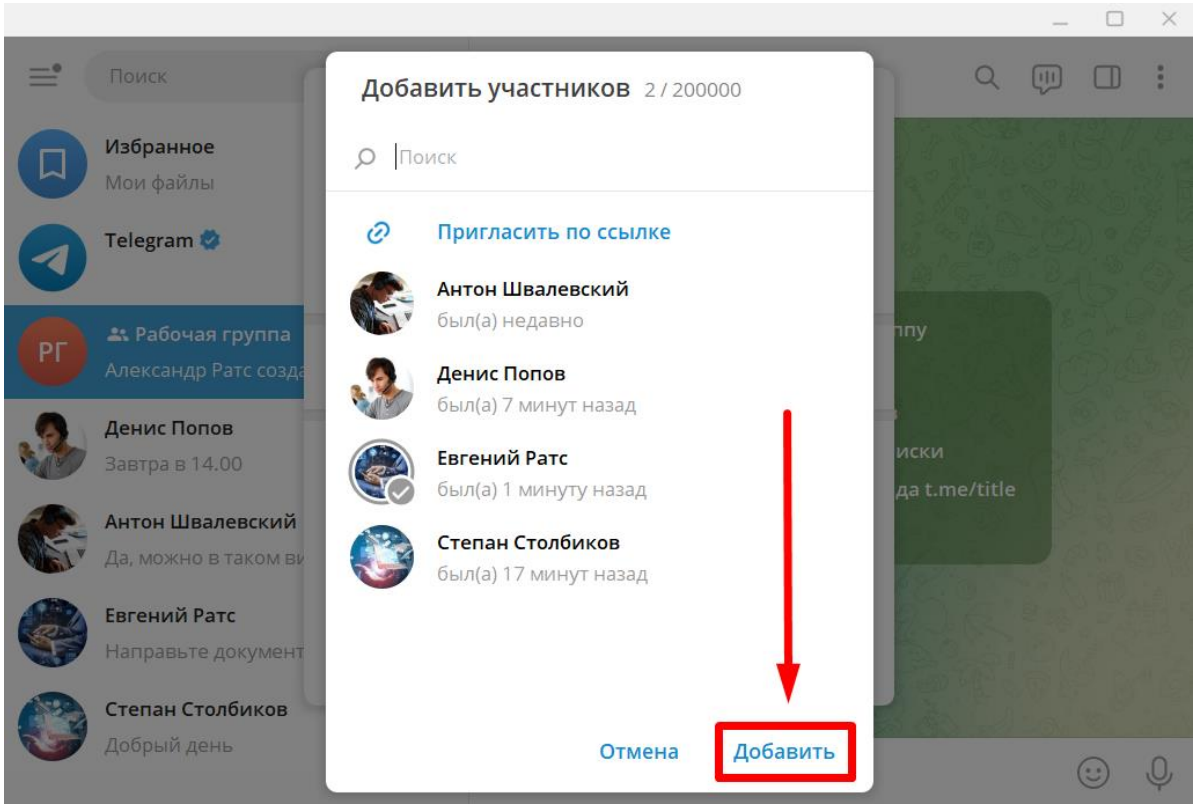


Рисунок 349. Кнопка «Добавить»

Добавление участников в группу с помощью ссылки

Добавление участников в группу также возможно с помощью ссылки. Данный способ намного эффективнее и быстрее. Для использования данного способа требуется создать ссылку-приглашение и разослать ее потенциальным участникам группы. Лицо, получившее ссылку-приглашение, должно перейти по ней. После чего произойдет автоматическое присоединение к группе. Рассмотренный способ позволяет добавлять в группу участников даже в тех случаях, когда у вас нет их контактных номеров телефонов. В этом случае контактное лицо присоединяется к группе, не добавляясь в раздел «Контакты» вашего цифрового устройства.

Для того, чтобы создать ссылку-приглашение, необходимо войти в требуемую группу (1). Далее нажать на строку с названием данной группы (2). Выберите и нажмите кнопку «Добавить участников» (3) (рис. 350).

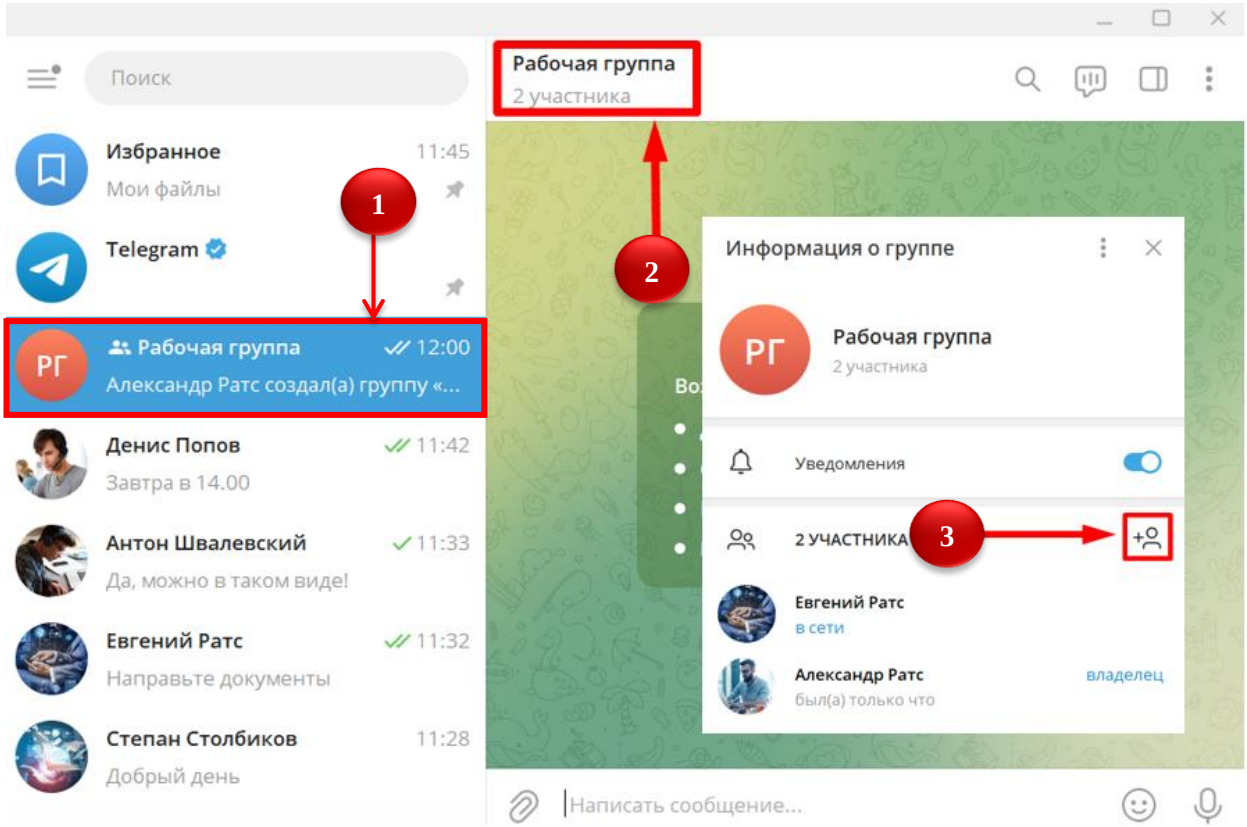


Рисунок 350. Создание ссылки-приглашения

В открывшемся окне выберите и нажмите кнопку «Пригласить по ссылке» (рис. 351).

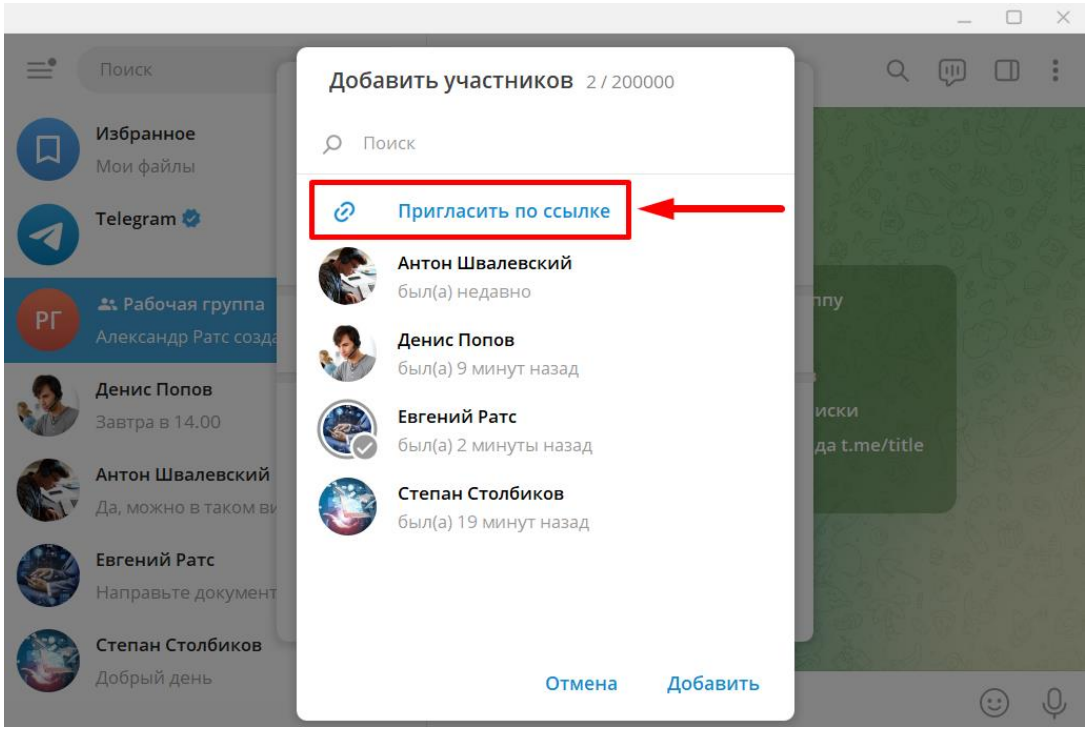


Рисунок 351. Кнопка «Пригласить по ссылке»

Ссылка-приглашение будет автоматически сгенерирована. Вы можете ее скопировать и отправить приглашаемым участникам группы через электронную почту, социальную сеть, мессенджеры (рис. 352).

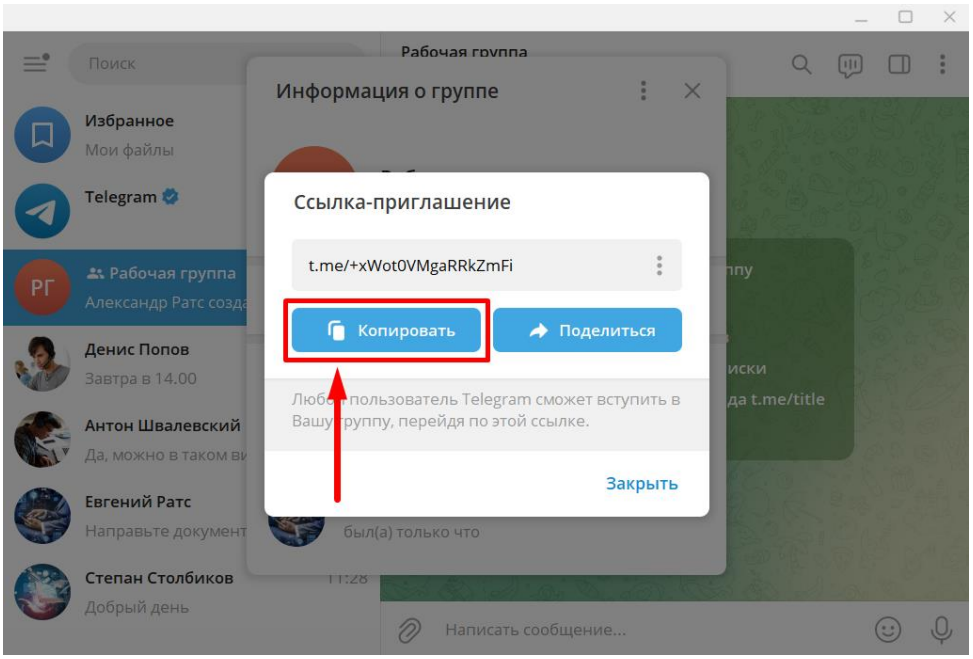


Рисунок 352. Копирование и отправка ссылки-приглашения

Удаление участников из группы

Для удаления участника из группы, необходимо войти в требуемую группу, нажать на строку с названием группы (рис. 353).

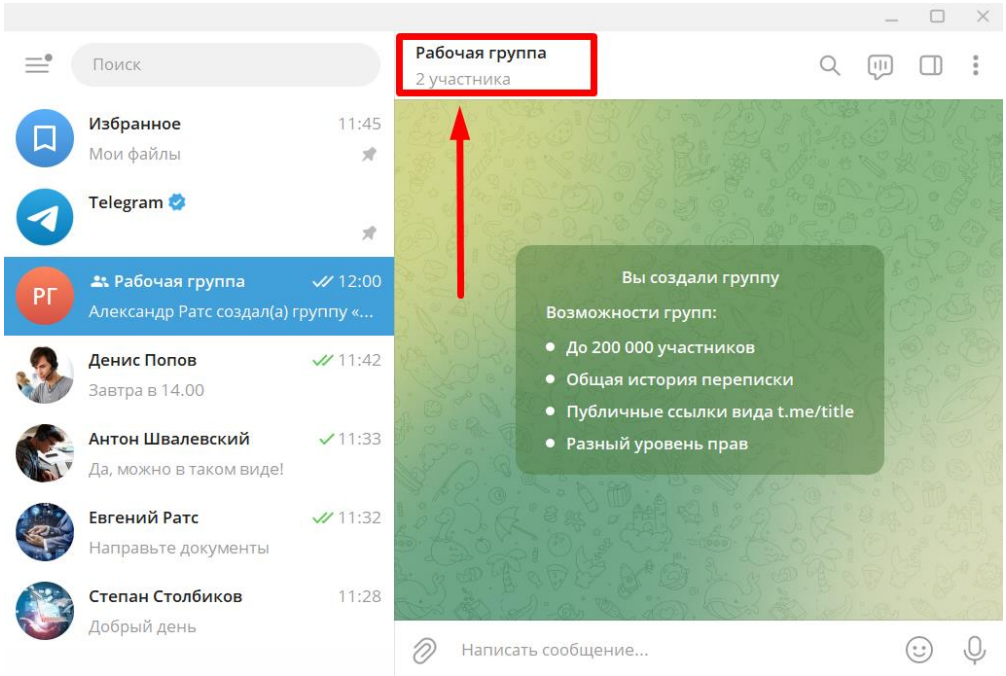


Рисунок 353. Строка с названием группы

В открывшемся окне появится список контактов, состоящих в данной группе. Найдите требуемый контакт для удаления, нажмите на него правой кнопкой мыши. Далее нажмите кнопку «Удалить из группы» (рис. 354).

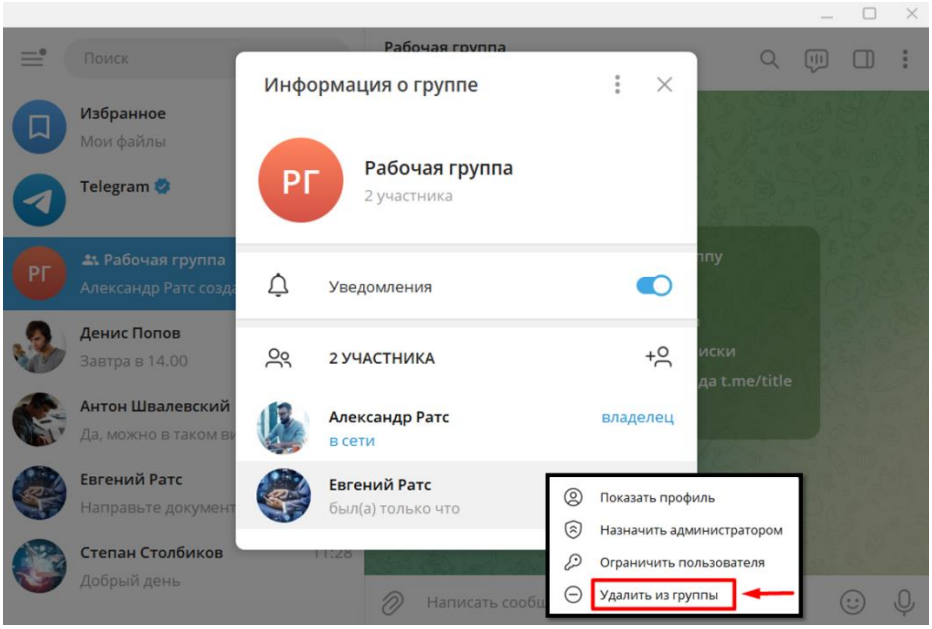


Рисунок 354. Кнопка «Удалить из группы»

Контакт будет удален из группы.

§4.3. Организация онлайн-взаимодействия в социальной сети «Telegram»

Отправка текстовых сообщений

Для того, чтобы отправить текстовое сообщение, используя приложение «Telegram», необходимо войти в него. Далее выбрать контакт получателя или группу. В поле «Написать сообщение» введите текстовое сообщение, после чего нажмите кнопку «Отправить». Кнопка «Отправить» изображена в виде «синей стрелки» (рис. 355).

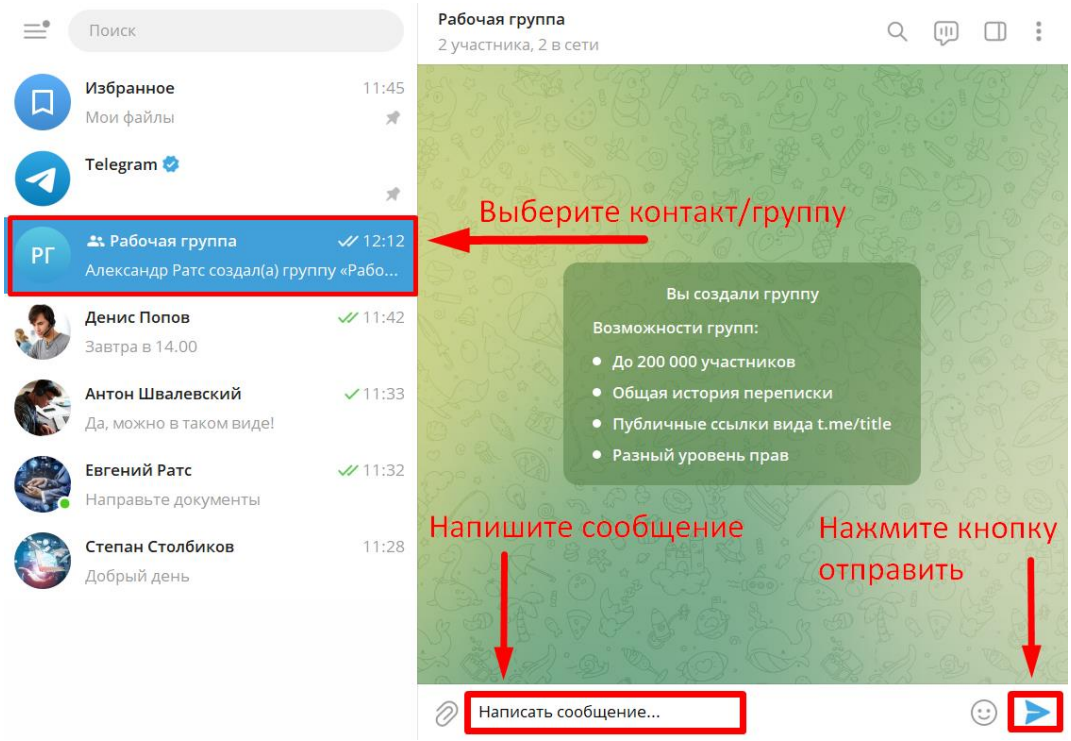


Рисунок 355. Поле «Написать сообщение» и «Синяя стрелка»

Изменение и удаление отправленного сообщения

Чтобы внести изменение в содержание отправленного сообщения, необходимо нажать на данное сообщение правой кнопкой компьютерной мыши (1). В открывшемся окне выбрать и нажать кнопку «Изменить» (2) (рис. 356).

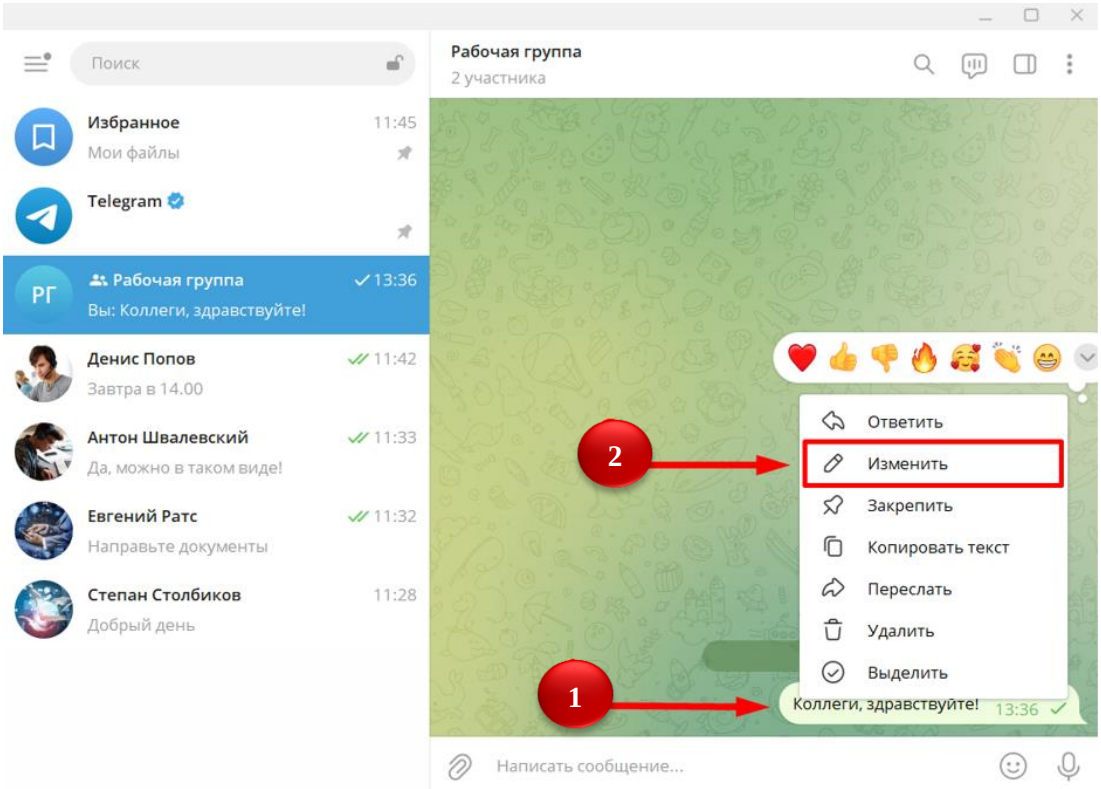


Рисунок 356. Кнопка «Изменить

Внесите требуемые изменения в содержание текста и нажмите кнопку, изображенную в виде «синей галочки» (рис. 357). В вашем отправленном сообщении отобразится новый измененный текст.

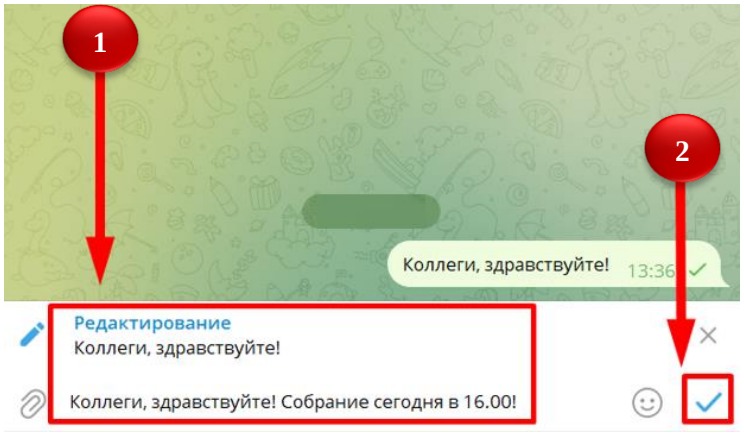


Рисунок 357. Кнопка «Синяя галочка»

Для удаления отправленного ранее сообщения, необходимо нажать на него правой кнопкой компьютерной мыши. В открывшемся окне выбрать и нажать кнопку «Удалить» (рис. 358).

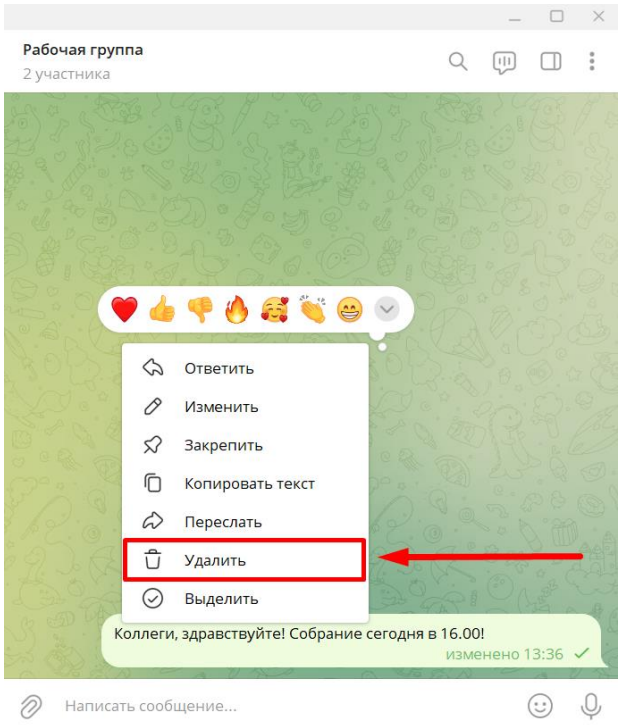


Рисунок 358. Кнопка «Удалить

Сообщение будет автоматически удалено.

Запись и отправка голосового сообщения

Для осуществления записи и отправки голосового сообщения, необходимо войти в группу или контакт, которому оно предназначено. В правом нижнем углу экрана приложения нажмите и удерживайте значок микрофона левой кнопкой компьютерной мыши (рис. 359).

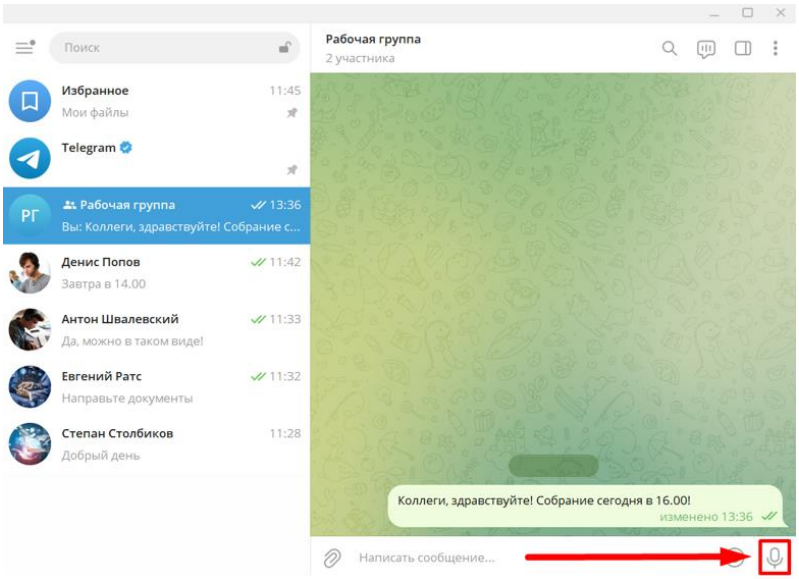


Рисунок 359. Значок микрофона

Начнется запись голосового сообщения. Вам необходимо сначала проговорить его содержание. После завершения записи голосового сообщения отпустите удерживаемый значок микрофона. Голосовое сообщение автоматически запишется и будет отправлено (рис. 360).

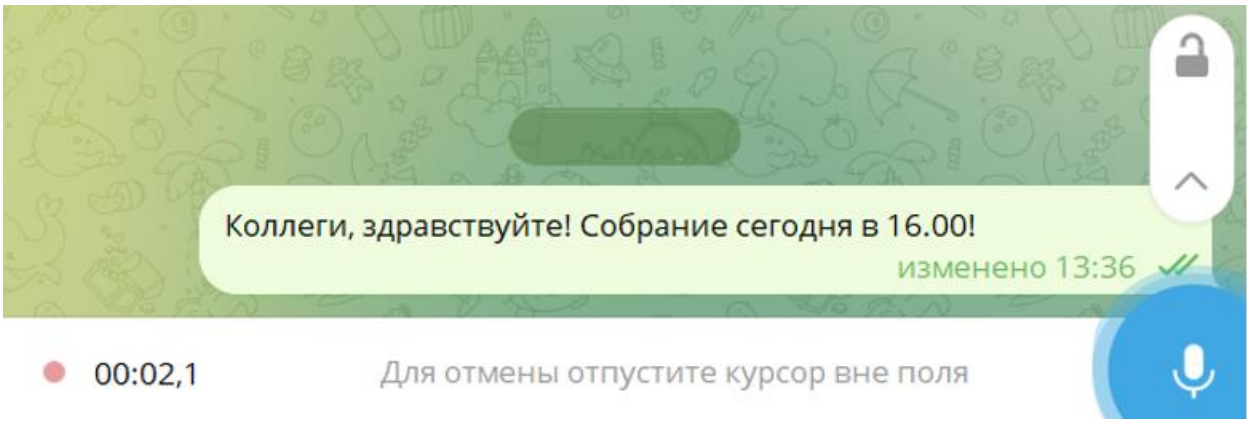


Рисунок 360. Процесс записи голосового сообщения

ВНИМАНИЕ! Запись голосового сообщения осуществляется только при удержании значка микрофона.

Отправка мультимедийной информации/контента

Для того, чтобы отправить мультимедийную информацию/контент необходимо выбрать группу или контакт, которому она предназначена. Выберите и нажмите кнопку «Прикрепить информацию», изображенную в виде «скрепки» (рис. 361).

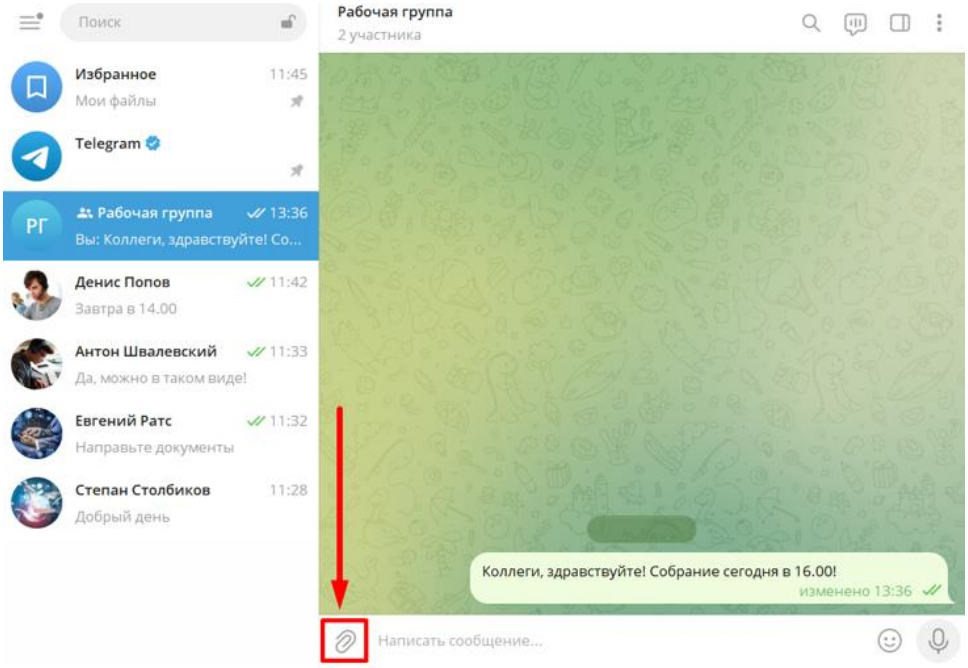


Рисунок 361. Кнопка «Прикрепить информацию»

Выберите информацию/контент, необходимую для отправки. Например: документ, фотографию, текст, видео. Следующим действием нажмите кнопку «Открыть» (рис. 362).

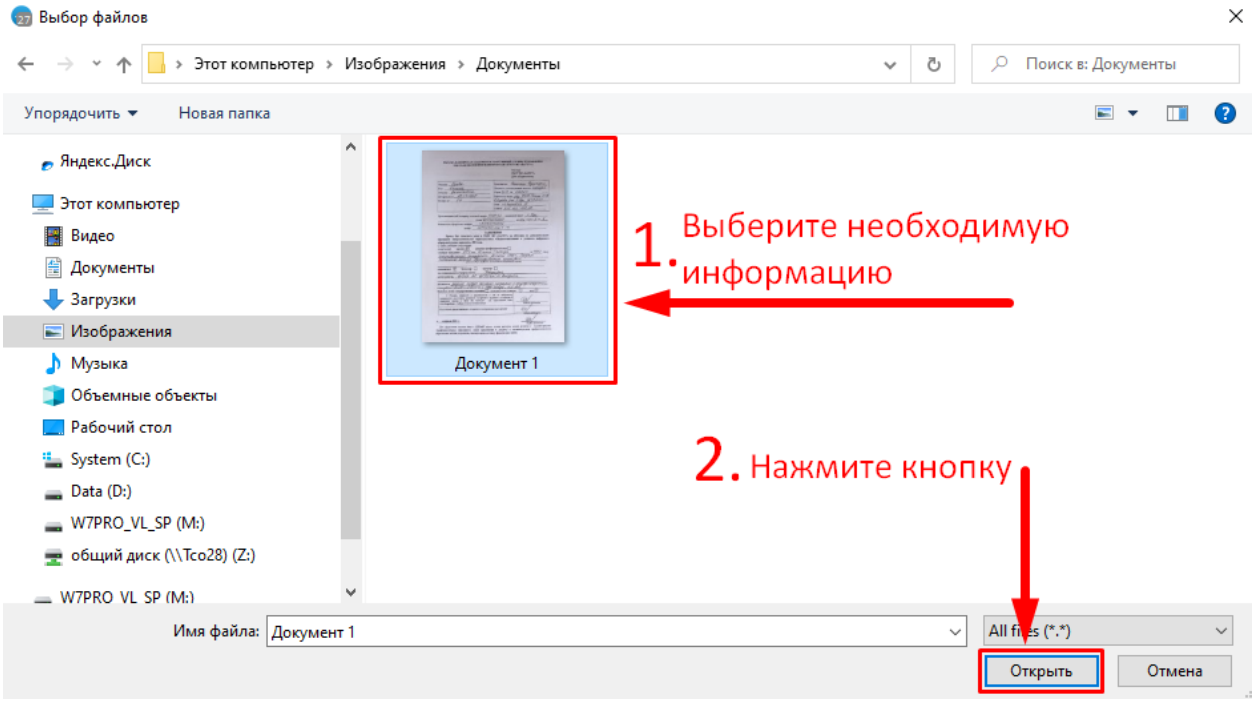


Рисунок 362. Кнопка «Открыть»

В новом открывшемся окне нажмите кнопку «Отправить» (рис. 363).

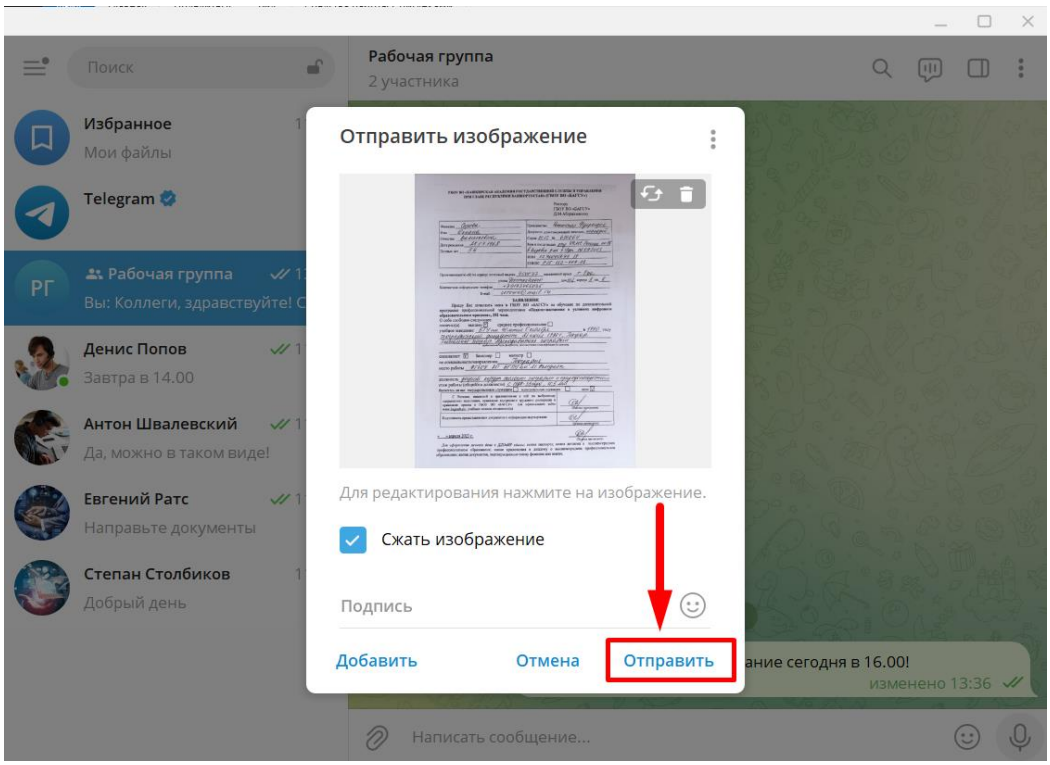


Рисунок 363. Кнопка «Отправить»

Мультимедийная информация/контент будет автоматически загружена и отправлена в группу или выбранному адресату.



ВНИМАНИЕ! Максимальный размер отправляемой мультимедийной информации/контента составляет 2ГБ.



ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЯ ПО ГЛАВЕ 4

1. Установите приложение «Telegram» на цифровое устройство.
2. Зарегистрируйтесь в приложении «Telegram».
3. Создайте группу в приложении «Telegram».
4. Отправьте голосовое сообщение в группу.
5. Отправьте текстовое сообщение в группу.
6. Отправьте мультимедийную информацию/контент в группу.



ТЕСТ-ТРЕНИНГ ПО ГЛАВЕ 4

1. Выберите правильное определение понятия «Telegram».

а) Telegram – это бесплатный мессенджер (приложение) для мгновенного обмена сообщениями с функциями обмена текстовыми, голосовыми и видео-сообщениями, а также стикерами, фотографиями и файлами любых форматов

б) Telegram – это место для хранения видео и аудио информации

в) Telegram – это файловый хостинг, включающий персональное облачное хранилище и синхронизацию файлов

г) Telegram – это онлайн-сервис для создания форм обратной связи, онлайн-тестирований и опросов

2. Укажите на каких цифровых устройствах можно работать, используя приложение «Telegram».

а) персональный компьютер

б) смартфон

в) планшет

г) все ответы верны

3. Укажите максимальный размер файла, который можно передать через приложение «Telegram».

а) 5 ГБ

б) 4 ГБ

в) 3 ГБ

г) 2 ГБ

4. Укажите максимальное количество участников канала в приложении «Telegram».

а) до 200 000

б) до 300 000

в) до 500 000

г) неограниченное количество участников

5. Выберите максимальное количество контактов, которое может содержать групповой чат в приложении «Telegram».

а) до 200

б) до 1000
в) до 700
г) до 200 000

6. Выберите официальный электронный адрес, с которого можно осуществить загрузку приложения «Telegram» на персональный компьютер, ноутбук.

а) desktop.telegram.org
б) desktop.telegram.com
в) desktop.telegram.ru
г) desktop.telegram.net

7. Выберите приложение, позволяющее осуществить установку приложения «Telegram» на мобильное устройство с операционной системой Iphone (IOS).

а) appstore
б) play маркет
в) android
г) windows

8. Выберите приложение, позволяющее осуществить установку приложения «Telegram» на мобильное устройство с операционной системой Android.

а) appstore
б) play маркет
в) android
г) windows

9. Выберите отличие канала от группы в приложении «Telegram».

а) состоит из администратора и подписчиков
б) информацию может выкладывать только администратор
в) ограничение участников до 200 тысяч
г) информацию может выкладывать любой пользователь

10. Что необходимо для регистрации в приложении «Telegram»?

а) сим-карта;
б) электронная почта;
в) паспорт;
г) собственный сайт.



ГЛОССАРИЙ

Ава (Аватар, Аватарка) – картинка (фото), которую пользователь выбирает в качестве представления его «лица» – учетной записи или сообщества.

Аватар – графическое представление пользователя.

Авторизация – процесс, который отвечает на вопрос, разрешено ли данному пользователю выполнение запрошенной операции. Авторизация происходит после аутентификации и использует идентификатор пользователя, чтобы определить, доступ к каким ресурсам ему разрешен.

Аккаунт – учетная запись пользователя в социальных сетях.

Аудитория сайта - общее обозначение посетителей сайта. Объем аудитории является характеристикой успеха деятельности сайта.

Баг (от англ. bug – жучок) – сбой (ошибка, дефект). Баг поисковика означает, что система выдаёт результат, неадекватный запросу, так называемый нерелевантный ответ.

Блогер – человек, который постоянно публикует свой контент на определенной платформе в интернете и считается популярным у аудитории.

Главная страница – начальная страница, первое, что видит пользователь при входе на сайт по домену.

Главное меню – совокупность команд, обеспечивающих управление диалоговыми программными продуктами, операционными системами и приложениями.

Голосовое сообщение – это технология мгновенного обмена сообщениями, в которой сообщения передаются через голосовую среду.

Группа – вид сообщества в социальных сетях, который подходит для дискуссий и обмена мнениями.

Данные – информация, подготовленная для определенных целей (при этом часто подразумевается определенный формат) или представленная в виде, пригодном для обработки автоматическими средствами при возможном участии человека.

Интернет – высокоскоростная оптоволоконная сеть, объединяющая все остальные сети нижележащих уровней (национальные, региональные, WAN, LAN и др.) по всему миру и использующая для передачи данных транспортный протокол TCP/IP.

Интернет браузер – прикладное программное обеспечение для просмотра страниц, содержания веб-документов, компьютерных файлов.

Интерфейс – инструмент взаимодействия пользователя с программами, устройствами, операционными системами.

Канал – чат в Telegram, позволяющий отправлять сообщения неограниченному числу подписчиков.

Каталог групп – подборка лучших групп по мнению Администрации Социальной сети «Одноклассники», где каждый пользователь может найти любую группу по своим интересам.

Комментарий – запись пользователя под постом или в обсуждении.

Комьюнити (англ. community — «сообщество») – группа пользователей интернета, которые имеют общий интерес. Площадки для общения: сообщества в социальных сетях, форумы, блоговые сервисы.

Контент (от англ. content – содержание, содержимое) - информация, публикуемая в социальных сетях.

Кросспостинг – дублирование контента в разные социальные сети.

Лайв – прямая трансляция.

Лайк – реакция одобрения на контент, выражающаяся нажатием одной кнопки.

Личка – личные сообщения в социальных сетях.

Логин – идентификатор, используемый для входа в систему. Имя учётной записи пользователя на сайтах, в соцсетях в любой форме. Указывается при регистрации почти на каждом сервисе и является необходимым условием для входа в свой аккаунт. Логин следует хранить в надежном месте и не терять его.

Лонгрид (англ. longread – «длинное чтение») – материал для длительного чтения, размещаемый в интернете. Состоит не только из текста, но и из фотографий, видео и других мультимедийных элементов. Все элементы вместе представляют одну историю. Объем текста в лонгриде обычно составляет более 1200 слов.

Мем – идея или образ, ставшие знаменитыми в интернете и превратившиеся в объект обсуждения.

Мероприятие – вид сообщества, который предназначен для организации концертов и других событий.

Мессенджер – специальная программа для различных устройств, которая позволяет оперативно обмениваться сообщениями, звонить и общаться по видеосвязи через интернет.

Модератор – вид руководителя сообществом, который владеет ограниченным функционалом управления. Для каждой сети доступный функционал разнится.

Модератор – участник группы, имеющий право наказывать и поощрять других участников, отвечающий за порядок на всем форуме или

его части. Наказание, как правило, бывает двух видов: предупреждение и запрет пользоваться группой.

Монетизация – процесс зарабатывания денег в социальной сети "Одноклассники", через платные сервисы и рекламу.

Панель инструментов – совокупность кнопок в окне папки или приложения, закреплённых за часто используемыми командами.

Парсинг – сбор баз с целевой аудиторией. Для этого используются специальные сервисы, которые называются парсеры. Парсер ищет людей по заданным критериям и собирает их в файл или сразу загружает в базу ретаргетинга.

Подписчик – человек, подписанный на ваш аккаунт или сообщество.

Пост – формат контента в социальных сетях. В зависимости от социальной сети может включать в себя текст, фото, видео, аудио, документ, опрос, ссылку, карту.

Постинг – публикация текстов, изображений, аудио- и видеозаписей в социальных сетях.

Приложение – приложения в социальных сетях позволяют расширить функциональность сообществ, делая их полноценной заменой вебсайтов и мобильных приложений. В «Одноклассниках» вы можете поставить в свою группу приложение по рассылке сообщений.

Публичная страница (паблик, бизнес-страница) – страница, созданная с целью предоставления информации о компании, бренде, персоне или на определенную тему. Доступ к странице открыт для всех, подписаться на новости могут все пользователи социальной сети.

Репост – дублирование какого-либо поста в своем аккаунте или сообществе.

Сообщество – группа людей, объединенных одними взглядами, идеями, интересами или событиями, являющихся пользователями одной и той же социальной сети.

Спам – назойливая реклама сомнительного характера в комментариях, личной почте, форуме и других сообщениях. Рассылка большому количеству пользователей с принудительной выдачей им не запрошенной ими информации. Спамом может считаться чрезмерное количество ключевых слов на странице сайта – такая страница называется заспамленной. Заспамленными также считаются сайты с непропорционально большим количеством исходящих ссылок.

Спам-бот – компьютерная программа, целью которой является автоматизированная рассылка спама. Ищет на сайтах незащищенные формы для ввода данных и заполняет их своим содержимым.

Ссылка – адрес какого-либо сайта в сети интернет, элемент веб-страницы (кнопка, изображение, выделенный цветом текст), который связан с другим документом. Нажатие на ссылке приводит к переходу на другую веб-страницу.

Стена сообщества – пространство, где размещаются различные записи: фотографии, видеозаписи, аудиозаписи, статьи, опросы, файлы и т.д.

Сторис (истории) – короткие посты в формате видео или фото в социальных сетях, которые показываются в отдельном разделе над основной лентой. Они действуют 24 часа, потом удаляются.

Твит – пост в Twitter.

Установочный файл – это файл или несколько файлов, которые несут в себе различные инструкции, предназначенные для установки программы.

Фишинг – вид интернет мошенничества. Похищение информации о пользователе, данных банковских карт или паролей.

Фолловеры (подписчики) – люди, которые подписываются на тот или иной аккаунт в социальных сетях.

Хештег – метка, которая используется для распределения сообщений по темам в социальных сетях.

Чат – средство и место обмена сообщениями в режиме реального времени.

Play market и App store – магазины приложений, где можно устанавливать различные программное обеспечение на ваше устройство.

Telegram – бесплатное приложение (мессенджер) для цифровых устройств, позволяющее обмениваться текстовыми сообщениями и медиа файлами различных форматов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // СПС КонсультантПлюс.
2. Федеральный закон от 22.12.2008 г. № 262-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.
3. Федеральный закон от 09.02.2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» // СПС КонсультантПлюс.
4. Федеральный закон от 14.07.2022 г. № 270-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» и статью 10 Федерального закона «Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации» // СПС КонсультантПлюс.
5. Указ президента «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы» // СПС КонсультантПлюс.
6. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 2 сентября 2022 года №2523-р// СПС КонсультантПлюс.

Литературные источники:

7. Кудинова, О. Социальные сети 2019: методическое пособие / О. Кудинова, А. Михайлова. – PRO Культура.РФ, 2019. – 142 с.
8. Рослякова, М.В. Социальные сети в деятельности органов исполнительной власти: адаптация к новым способам взаимодействия / М.В. Рослякова // Социодинамика. – 2022. – № 7. – С. 42-55.
9. Чертков А.С. Социальные сети: новые возможности для креативной экономики / А.С. Чертков // Устойчивое развитие: геополитическая трансформация и национальные приоритеты: Материалы XIX Международного конгресса с элементами научной школы для молодых ученых. В 2-х томах, Москва, 30–31 марта 2023 года / Отв. редакторы выпуска: А.В. Семёнов, П.Н. Кравченко. Том 1. – Москва: Московский университет им. С.Ю. Витте, 2023. – С. 1718-1724

Электронные источники:

10. 25+ статистических данных, фактов и тенденций в социальных сетях на 2023 год. – Текст : электронный // Website Rating : [сайт]. – URL: https://www.sekretariat.ru/news/126014-rol-sotsialnyh-setey-v-obshchestve-i-v-professionalnoy-deyatelnosti-dokumentovedov (дата обращения: 23.05.2024).
11. Аудитория девяти крупнейших соцсетей в России в 2024 году: исследования и цифры. – Текст : электронный // PPO WORLD : [сайт]. – URL: https://ppc.world/articles/auditoriya-devyati-krupneyshih-socsetey-v-rossii-v-2024-godu-issledovaniya-i-cifry/#%D0%90%D1%83%D0%B4%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%8F%20%D0%9E%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2 (дата обращения: 23.05.2024).
12. ВКонтакте. – Текст : электронный // Википедия : [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/?curid=639373&oldid=119933784 (дата обращения: 23.05.2024).
13. ВКонтакте: инструкция по применению Универсальный справочник. – Текст : электронный // ВКонтакте : [сайт]. – URL: https://vk.com/vk_instriction (дата обращения: 23.05.2024).
14. Глоссарий по информатике. – Текст : электронный // Информатика : [сайт]. – URL: http://inphormatika.ru/lectures/glossarii_po_informatike.html (дата обращения: 23.05.2024).
15. Как пользоваться ВКонтакте? – Текст : электронный // Вход.ру : [сайт]. – URL: https://vhod.ru/vkontakte/kak/ (дата обращения: 23.05.2024).
16. Как сделать и опубликовать статью во ВКонтакте: полное руководство по редактору. – Текст : электронный // Postium : [сайт]. – URL: https://postium.ru/kak-sdelat-i-opublikovat-statiu-v-vk// (дата обращения: 23.05.2024).
17. Лимиты, существующие в Telegram. – Текст : электронный // Канал Вам Telegram – актуальные новости, полезные статьи и советы по работе с Telegram : [сайт]. – URL: https:// vamtlgrm.com/limity-sushhestvuyushhie-v-telegram/ (дата обращения: 23.05.2024).
18. Одноклассники (социальная сеть). – Текст : электронный // Одноклассники : [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Одноклассники_(социальная_сеть) (дата обращения: 23.05.2024).
19. Почему вашей компании нужны соцсети. Отвечают эксперты / «РБК+». 2021. – Текст : электронный // РБК : [сайт]. – URL: https://ekb.plus.rbc.ru/news/60925e1d7a8aa959eeca3912 (дата обращения: 23.05.2024).
20. Роль социальных сетей в современном коммуникационном процессе. – Текст : электронный // Vizlit.com : [сайт]. – URL:

https://vuzlit.com/1813643/rol_sotsialnyh_setey_sovremennom_kommunikatsionnom_protsesse?ysclid=lfkux0ilwn854423836 (дата обращения: 23.05.2024).

21. Серова Г. А. Роль социальных сетей в обществе и в профессиональной деятельности документоведов / Г. А. Серова. – Текст : электронный // "Актион" : [сайт]. – URL: https://www.sekretariat.ru/news/126014-rol-sotsialnyh-setey-v-obshchestve-i-v-professionalnoy-deyatelnosti-dokumentovedov (дата обращения: 23.05.2024).

22. Социальная сеть / Материал из Википедии – свободной энциклопедии : Версия 135791413, сохранённая в 19:46 UTC 25 января 2024 / Авторы Википедии. – Текст : электронный // Википедия, свободная энциклопедия : [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/?curid=941081&oldid=135791413 (дата обращения: 23.05.2024).

23. Социальная сеть как элемент институциональной структуры сервисного государства. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования: [сайт]. – URL: https://scienceeducation.ru/ru/article/view?id=7444&ysclid=lfl2cvue6i548183942 (дата обращения: 23.05.2024).

24. Статистика Telegram в 2024 году (обновлено). – Текст : электронный // ИНКЛИЕНТ : [сайт]. – URL: https://inclient.ru/telegram-stats/ (дата обращения: 23.05.2024).

25. Статистика ВКонтакте в 2024 году (обновлено). – Текст : электронный // ИНКЛИЕНТ : [сайт]. – URL: https://inclient.ru/vk-stats/ (дата обращения: 23.05.2024).

26. Статистика интернета и соцсетей на 2023 год – цифры и тренды в мире и в России. – Текст : электронный // Web Canape : [сайт]. – URL: https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/ (дата обращения: 23.05.2024).

27. Статистика социальных сетей 2024: сколько людей используют социальные сети? – Текст : электронный // BloggersIdeas : [сайт]. – URL: https://www.bloggersideas.com/ru/social-media-statistics/ (дата обращения: 23.05.2024).

28. Тамилина, Д. Оформление сообществ во ВКонтакте: самые важные правила / Д. Тамилина. – Текст : электронный // SMMplanner : [сайт]. – URL: https://smmplanner.com/blog/oformlieniie-soobshchiestv-vo-vkontaktie-samyie-vazhnyie-pravila/ (дата обращения: 23.05.2024).

29. Типология отношений в социальных сетях. – Текст : электронный // Studwood : [сайт]. – URL: https://studwood.net/1561073/sotsiologiya/tipologii_otnosheniy_sotsialnyh_setyah?ysclid=lfl208osea470758280 (дата обращения: 23.05.2024).

30. Хештег. – Текст : электронный // Википедия : [сайт]. – URL: https://ru.wikipedia.org/?curid=4398159&oldid=135781824 (дата обращения: 23.05.2024).

31. Чертков, А. С. Органы власти будут создавать и вести официальные страницы в соцсетях / А. С. Чертков. – Текст : электронный // Государственная дума : [сайт]. — URL: http://duma.gov.ru/news/54785/ (дата обращения: 23.05.2024).

32. Чуранов Е. Статистика интернета и соцсетей на 2023 год – цифры и тренды в мире и в России / Чуранов. – Текст : электронный // WebCanape : [сайт]. – URL: https://www.web-canape.ru/business/statistika-interneta-i-socsetej-na-2023-god-cifry-i-trendy-v-mire-i-v-rossii/#:~:text=%D0%9D%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B0%D0%BB%D0%BE%202023%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B0%20%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5,%2C%20%D1%82%D0%BE%20%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%8C%20%D0%B2%D1%81%D0%B5%D0%B3%D0%BE%203%25 (дата обращения: 23.05.2024).

33. Telegram новая эра в общении. – Текст : электронный // Telegram : [сайт]. – URL: telegram.org (дата обращения: 23.05.2024).

34. Telegram для компьютера. – Текст : электронный // Telegram : [сайт]. – URL: https:// telegram.org.ru/6-skachat-telegram-dlya-kompyutera.html (дата обращения: 23.05.2024).

КЛЮЧИ К ТЕСТАМ-ТРЕНИНГАМ

№ вопроса	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тест-тренинг по главе 1	а	а, б	б	г	а	а, б	б	а	а	г
Тест-тренинг по главе 2	а	в	а	б	а	б	а,б,в	б	а	а,б,в
Тест-тренинг по главе 3	в	а	б	в	в	б	в	в	а	в
Тест-тренинг по главе 4	а	г	г	г	б	а	а	б	б	а