

Приложение № 1  
к протоколу президиума Совета  
при Президенте Российской  
Федерации по делам казачества  
от 24 июня 2021 г. № 11

## **КОНЦЕПЦИЯ**

содействия популяризации деятельности российского казачества  
в социальных сетях

### **I. Общие положения**

1.1. Настоящая Концепция содействия популяризации деятельности российского казачества в социальных сетях (далее – Концепция) подготовлена в целях реализации подпункта «г» пункта 19 Стратегии государственной политики Российской Федерации в отношении российского казачества на 2021-2030 годы (далее – Стратегия), утвержденной Указом Президента Российской Федерации от 9 августа 2020 г. № 505.

1.2. Концепция направлена на реализацию задач государственной политики Российской Федерации в отношении российского казачества согласно приоритетам, обозначенным в Стратегии; противодействие деструктивным тенденциям в формировании образов современного российского казачества в информационном пространстве, а также формирование благоприятного отношения к деятельности российского казачества в обществе.

1.3. Развитие коммуникационных технологий преобразует информационное пространство, повышая значимость социальных сетей в освещении реализации задач, обозначенных в Стратегии, предопределяет значимость социальных сетей для популяризации деятельности российского казачества.

1.4. В настоящей Концепции используются следующие основные понятия:

- **аккаунт** – совокупность общих данных о пользователе, позволяющая его идентифицировать. Такая информация самостоятельно вводится пользователями на любой интернет-сервис, сайт;

- **блог** – сайт в сети Интернет, основным содержимым которого является регулярно добавляемые пользователем записи в виде текста, изображений, видеоматериалов;

- **блогосфера** – совокупность блогов сообщества или социальной сети, связанных между собой;

- **репост** – вторичная публикация сообщения, размещённого другим пользователем, со ссылкой на источник;

- **поисковая оптимизация (SEO)** – комплекс мер по внутренней и внешней оптимизации для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определённым запросам пользователей;

- **органическое SEO продвижение** – вид продвижения информационных сообщений, основанный на вычленении ключевых слов и фраз, по которым пользователи смогут найти исходный ресурс, и способствующий созданию долгосрочного и устойчивого информационного трафика;

- **социальные сети** – это широкий спектр элементов и сервисов: веб-порталы, веб-сайты, онлайн-сервисы, которые базируются на цифровых платформах и самоорганизующихся сетевых сообществах граждан, предназначенных для построения социальных взаимоотношений в глобальных сетях»;

- **модератор социальных сетей** – это участник группы или сообщества в социальной сети, у которого есть особые права, позволяющие регулировать отношения между пользователями в социальной сети, контролировать и вносить изменения в публикуемую ими информацию;

- **таргетинг** – рекламный механизм, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, то есть поиск целевой аудитории;

- **коллаборация с экспертами и лидерами мнений** – актуальные интервью и наличие в числе подписчиков и активных пользователей лидеров, к мнению которых прислушивается общественность. Лидером

мнений, как правило, становятся люди, чьи личные аккаунты насчитывают от 10 000 подписчиков;

- **маркетинг в социальных сетях (SMM)** – комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для решения задач продвижения того или иного информационного продукта.

## **II. Описание текущей ситуации в части представленности тематики российского казачества в социальных сетях**

2.1. Результаты системного мониторинга социальных сетей на федеральном и региональном уровне свидетельствуют:

1) российское казачество упоминается преимущественно в информационных материалах:

- научного либо околонучного характера, связанных с историей, культурой, традициями российского казачества;

- событийного характера, в том числе о мероприятиях с участием казачьих фольклорных коллективов, членов казачьих обществ и иных объединений казаков.

Мониторинг текущего состояния социальных сетей федеральных, региональных сообществ по тематике российского казачества свидетельствует о наличии 129 сообществ с числом подписчиков менее 1000 человек; 62 сообщества с числом подписчиков от 1000 до 10 000 подписчиков; 50 сообществ с числом подписчиков свыше 100 000 человек. Публикационная активность аккаунтов и сообществ социальных сетей по тематике казачества в среднем измеряется 320-350 публикациями в месяц. В их числе преобладают отрицательные публикации (до 50% от общего числа публикаций).

Более активными и информационно мобильными являются малочисленные сообщества, которые объединяют пользователей, близких в возрастном, социальном, образовательном, культурном и мировоззренческом отношении.

2.2. Результаты мониторинга позволяют сделать вывод о том, что казачья тематика для потребителей информации социальных сетей является чувствительной.

Положительную реакцию (уважение, одобрение) вызывает информация о военной службе казаков, об участии представителей российского казачества в патриотических и военно-патриотических

мероприятиях (поисковая работа, участие в акции «Бессмертный полк», военных парадах на День Победы и т.д.), проведении казачьими обществами и иными объединениями казаков социально-ориентированных мероприятий (волонтерская деятельность, помощь ветеранам, восстановление и строительство храмов, тушение пожаров и ликвидация последствий наводнений, спасение людей и т.д.).

Негативные комментарии сопровождают в социальных сетях сообщения:

- о несении государственной службы представителями российского казачества;

- о финансировании казачьих обществ;

- о взаимодействии казачьих обществ и иных объединений казаков с региональными и муниципальными властями;

- о совмещении должностей заместителей глав муниципальных образований с должностями атаманов казачьих обществ;

- о деятельности российского казачества в годы Гражданской войны, Великой Отечественной войны;

- о вопросах происхождения российского казачества, самоидентификации его представителей.

2.3. Повышение активности сообществ в социальных сетях зачастую связано с резонансными информационными поводами, которые обеспечивают в основном казачьи общества и иные объединения казаков.

Наибольшая информационная активность сообществ в социальных сетях характерна для Краснодарского края и Ростовской области (объем контента указанных региональных сообществ составляет в среднем более 25% от общего объема сообщений, генерируемых сообществами, посвященными теме казачества), где казачество традиционно играет значительную роль в общественно-политической жизни.

2.4. Концепция призвана улучшить качество контента и расширить его тематику, а также увеличить количество публикуемых материалов в социальных сетях.

### **III. Цель и задачи Концепции**

3.1. Цель Концепции – содействие популяризации деятельности российского казачества в социальных сетях посредством формирования

в них целостного представления о сильных сторонах российского казачества в виде понятных широкой аудитории посылов.

### 3.2. Задачи Концепции:

1) изменить доминирующий в социальных сетях негативный подход к освещению тематики российского казачества, путем:

а) преобразования взгляда пользователей социальных сетей на российское казачество, сосредоточения внимания на событиях в жизни современных казаков, ухода от представлений о российском казачестве как об отжившем историческом феномене;

б) перехода к информационному сопровождению знаковых мероприятий российского казачества, связанных с развитием государственной службы, экономики, культуры, системы казачьего образования, молодёжного казачьего движения, международного сотрудничества;

в) сосредоточения новостной повестки на приверженности представителей российского казачества разделяемым в обществе традиционным ценностям;

г) фокусировки на теме служения российского казачества Отечеству, поддержания межнационального мира и согласия в России и за рубежом;

д) продвижения образа казака, как защитника Родины, храброго воина, сильного духом и телом, ориентированного в будущее, владеющего знаниями, современной техникой и новыми технологиями;

е) закрепления в общественном сознании значимой роли российского казачества в жизни современной России, основанной на исторической преемственности с казаками-первопроходцами, помещными казаками, казачьими войсками;

ж) усиления информационного сопровождения событий из жизни современного российского казачества как граждански активной части патриотической общественности, готовой реальными делами содействовать процветанию России и безопасности сограждан.

2) сформировать новые подходы к продвижению тематики российского казачества в социальных сетях посредством:

а) создания интересного и качественного фото-, видео- и текстового контента для публикаций в социальных сетях, отражающего разнообразие направлений деятельности российского казачества;

б) формирования актуальной повестки о жизни и деятельности российского казачества для тематических сообществ в социальных сетях;

в) расширения сотрудничества с экспертами и лидерами мнений по проблемам жизни и деятельности современного российского казачества (атаманы, лидеры молодежного казачьего движения, писатели, художники, ученые, историки, экономисты, культурологи, а также политические и общественные деятели, преподаватели казачьих школ, кадетских корпусов, вузов и др.), в том числе путем формирования информационно-коммуникативной среды;

г) активизации органического SEO продвижения за счет обогащения его приемов и технологий.

#### **IV. Механизм реализации Концепции**

4.1. Ответственными за реализацию настоящей Концепции и производство тематического контента, необходимого для ее имплементации, являются (в рамках своих полномочий и сферы деятельности):

- Всероссийское казачье общество;
- Общероссийская общественная организация по развитию казачества «Союз казаков-воинов России и Зарубежья»;
- Общероссийская общественная организация «Союз казаков»;
- Межрегиональная общественная организация «Объединенная редакция казачьих средств массовой информации «Казачий Информационно-Аналитический Центр».

4.2. Практическая реализация Концепции может осуществляться, в том числе с привлечением организаций либо индивидуальных предпринимателей, профессионально занимающихся информационным продвижением в сети Интернет и социальных сетях (SMM) на конкурсной основе за счет использования различных коммуникационных инструментов, среди которых должны присутствовать:

- а) спецпроекты, в том числе:
  - создание видеоконтента по различным тематикам;
  - съемка и продвижение тематических роликов под форматы различных социальных сетей;
  - съемка художественных фильмов для онлайн-кинотеатров;

- запуск собственных каналов на видеохостингах;
- рекламные интеграции в каналах видеохостингов;
- запуск подкастов на различных площадках;
- разработка и продвижение мобильных игр, прославляющих героические страницы истории казачества и др.;

б) работа в социальной сети «Instagram», в том числе:

- таргетированная реклама;
- съемка и продвижение коротких роликов и фотоматериалов по тематике казачества;

- развитие блогеров-казачков по различным тематическим категориям;
- создание новостных блогов в соцсети, формирующих у общественности понимание о жизни, быте, работе и взаимодействии казаков в стране;

- размещение информации у блогеров, включая продвижение через аккаунты топовых блогеров и медийных личностей и др.;

в) работа в социальной сети «Tiktok»:

- запуск и ведение каналов;
- съемка и продвижение «вирусных» роликов по тематике казачества;

- запуск тематических конкурсов.

г) работа в социальных сетях «VK», «Facebook», «Одноклассники», «Мой Мир», «Живой Журнал» и других, а также в популярных мессенджерах («WhatsApp», «Telegram», «Viber» и др.):

- запуск и ведение тематических сообществ.

4.3. Общую координацию действий по реализации Концепции осуществляет постоянная комиссия по взаимодействию со средствами массовой информации Совета при Президенте Российской Федерации по делам казачества (далее – Совет), а также постоянные комиссии и рабочая группа Совета в рамках направлений своей деятельности.

## **V. Этапы реализации Концепции**

5.1. Концепцию планируется реализовать в три этапа.

5.2. Мероприятия первого этапа включают формирование технического задания по осуществлению Концепции и выбор основного исполнителя Концепции на основе конкурсных процедур.

5.3. Мероприятия второго этапа предполагают:

а) формирование исполнителем на основе технического задания плана реализации Концепции и включение отдельных положений этого плана в Медиаплан деятельности Совета на текущий год;

б) реализация исполнителем проектов в социальных сетях, направленных на содействие популяризации деятельности российского казачества (формирование позитивной повестки, противодействие деструктивным тенденциям), достижение показателей, указанных в разделе VI настоящей Концепции.

5.4. На третьем этапе предполагается осуществить следующие мероприятия:

а) поддержание достигнутого уровня представленности тематики российского казачества в социальных сетях;

б) регулярный мониторинг результатов реализации настоящей Концепции.

## **VI. Ожидаемые результаты реализации Концепции**

6.1. Реализация Концепции будет способствовать:

а) росту поисковых запросов в сети Интернет в целом и в социальных сетях по тематике российского казачества.

Ежемесячные показатели поисковых запросов по тематике казачества согласно сервису Wordstat в настоящее время составляют 85 122 показа. Предполагается ежемесячный рост с шагом +60 тыс. поисковых запросов по определяющим словам к имеющимся показателям («казачество», «казаки» и прочие однокоренные слова или словосочетания) в течение одного года;

б) качественное изменение содержания поисковых запросов.

Положительное отношение к российскому казачеству – 60%, нейтральное отношение – не менее 25%; отрицательное отношение – не более 15%. Достигнутое соотношение должно сохраняться постоянно или с изменением в сторону увеличения положительной и нейтральной тональности.

в) органический рост целевой аудитории в социальных сетях.

Использование таргетированной рекламы – общее количество переходов по рекламным креативам не менее 200 тыс. раз ежемесячно;



Размещение у блогеров и селебрити-маркетинг – не менее 15 размещений ежемесячно с общим охватом аудитории не менее 7,5 млн человек.

г) рост числа тематического контента патриотической, духовно-нравственной, культурно-просветительской направленности в отношении российского казачества в социальных сетях, в том числе в казачьих сообществах.

Появление новых сообществ с подобным контентом (от 10 и больше) в крупнейших социальных сетях в течение одного года.

д) рост числа государственно-ориентированных блогеров-казаков или блогеров, активно освещающих проблематику казачества, и их аудитории.

Появление не менее 10 блогеров в течение одного года с общим охватом аудитории от 50 тыс. до 1 млн человек;

е) высокие показатели рейтинга видеоконтента, формирующего положительный образ российского казачества и распространяемого на видеохостингах.

Не менее двух проектов в течение одного года, тиражируемых на видеохостингах или созданных специально для них.

6.2. Достижение указанных выше результатов предполагается в течение года после начала реализации настоящей Концепции (в ходе второго этапа реализации), далее – поддержание достигнутых результатов на должном уровне.

---