



Муниципальное бюджетное учреждение культуры городского округа Самара  
«Самарская муниципальная информационно-библиотечная система»

Основы работы в социальных сетях.  
«Тренды в социальной сети ВКонтакте на 2025 год»

Спикер: Оберт Любовь Александровна,  
заведующий отделом развития

Самара, 2025

# Тренд и трендвочинг

**Тренд** (англ. **trend** - тенденция) — основная тенденция изменения чего-либо

**Например, *тренд в моде*** — *актуальное (ближайшее, краткосрочное) направление, периодически повторяющаяся тенденция развития моды.*

**Трендвочинг** (англ. trend watching — буквально «наблюдение за трендами») — практика регулярного отслеживания трендов, включающая оценку и прогнозирование бизнес-факторов (спроса, предложения, стиля и моды) применяемая компаниями для создания инновационных продуктов, услуг и коммуникаций.

Трендвочинг позволяет выделить закономерности в поведении и предпочтениях потребителей, чтобы увидеть новые возможности для создания инноваций.

## Тренды в социальных сетях

- представляют собой популярные темы, мемы или события, которые активно обсуждаются пользователями. Они могут формироваться естественным образом или продвигаться благодаря алгоритмам платформ.

Компании, бренды и контент-мейкеры, которые умеют быстро адаптироваться к трендам, получают конкурентное преимущество, увеличивая вовлеченность аудитории и расширяя охват.

## Как формируются тренды?

Тренды могут возникать органически или через искусственное продвижение. Их распространение подчиняется определенной механике:

**Вирусность** — контент, вызывающий эмоциональный отклик (удивление, радость, возмущение), активно распространяется.

**Алгоритмы платформ** — социальные сети анализируют взаимодействие пользователей и продвигают наиболее популярный контент.

**Инфлюенсеры** — лидеры мнений могут запустить или ускорить распространение тренда, делаясь им со своей аудиторией.

**Медиа и СМИ** — освещение событий в традиционных и цифровых СМИ может способствовать массовому обсуждению темы.

## Виды трендов

Тренды в соцсетях можно разделить на несколько категорий:

**Культурные** - например, мемы, челленджи, сленги

**Новостные** — обсуждение актуальных событий, политических решений, происшествий.

**Технологические** — развитие ИИ, метавселенные, новые гаджеты.

**Брендовые** — маркетинговые кампании, рекламные интеграции.

**Социальные** — темы, связанные с благотворительностью, экологией, равенством.

## Как использовать тренды?

- **Мониторинг и анализ** — использование насмотренности или сервисов аналитики для отслеживания популярных тем.
- **Быстрая адаптация** — создание контента, отражающего текущие тренды, с учетом аудитории.
- **Креативный подход** — интеграция тренда в брендированный контент, а не простое копирование.
- **Сотрудничество с инфлюенсерами\*** — партнерство с блогерами для органичного продвижения.
- **Автоматизация\*** — использование сервисов для быстрого распространения контента в разных соцсетях.

# Тренды в ВКонтакте 2025 года



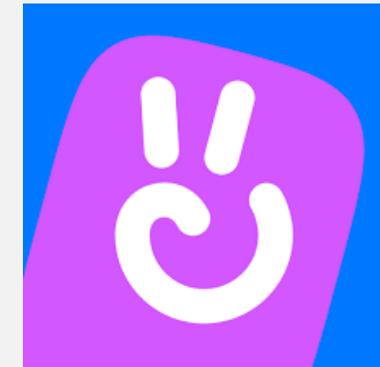
- Искусственный интеллект
- Короткие вертикальные видеоролики (клипы)
- Аудиоконтент и подкасты
- Пользовательский контент (UGC)
- Фокус на качество
- Оформление визуала
- **Мемы\***

# Искусственный интеллект



- Нейросети помогают не только автоматизировать создание контента — они способны самостоятельно генерировать идеи для сообщества.
- Искусственный интеллект анализирует большие массивы данных и, опираясь на текущие тренды и интересы аудитории бренда, предлагает авторам наиболее актуальные и интересные темы.
- Также на основании промптов алгоритмы позволяют создавать уникальный текстовый, аудио-, фото- и видеоконтент, который можно использовать как готовый к публикации материал, так и в качестве базы для доработки под фирменный стиль.

## Короткие вертикальные видеоролики



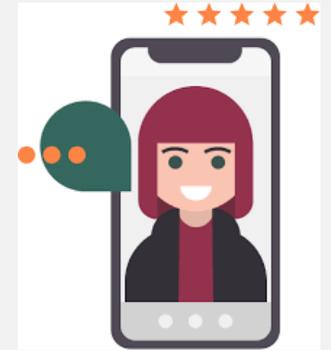
- В 2025 году самым популярным видеоконтентом стали короткие вертикальные ролики (клипы) — они привлекают и удерживают внимание аудитории, быстро доносят главную мысль и укрепляют эмоциональную связь пользователей с брендом.
- Отдельным преимуществом этого формата является универсальность — он подходит для продвижения сообщества из разных ниш.
- Самыми популярными у зрителей стали темы "юмор", "кино", "семья" и "развлечения". Это подтверждает, что большинство пользователей приходят в клипы, чтобы расслабиться и получить дозу позитива.
- **Эмпатичный контент** - фокусируется на положительных и трогательных аспектах жизни. Например, забота о животных, добрые поступки между людьми и другие формы проявления человечности.
- **«Ожившие кадры»** - видео, оживленные нейросетями. Нейросети позволяют оживлять статичные изображения, добавляя движения, эмоции и голос. Пользователи смогут превращать старые фотографии в видеоролики.

## Аудиоконтент и подкасты



- **Аудиоконтент** удобен для пользователей: можно узнавать новое, не отрываясь от других дел. Используется в тех случаях, когда текст или видео остаются без должного внимания.
- **Подкасты** способствуют укреплению эмоциональной связи пользователя с брендом — формат беседы, в котором организация знакомит со своими товарами и услугами или рассказывают о трендах отрасли, позволяет создать чувство «включённости» слушателя в разговор и завоевать таким образом его расположение.

## Пользовательский контент (UGC)



- Контент, созданный пользователями (Users-Generated Content, UGC) — это все материалы о бренде, которые пользователи Интернета самостоятельно создают и размещают в открытом доступе: отзывы, комментарии, обзоры, фото, видео и пр.
- Такие публикации вызывают большее доверие у других подписчиков.
- Кроме того, благодаря уникальности и постоянного обновления ключевых фраз, UGC улучшает видимость сообщества в новостной ленте.

## Фокус на качество



- В 2025 году лента VK перенасыщена контентом, и выделиться помогает не количество публикаций, а их качество. Алгоритмы отдают приоритет интересным и полезным постам. В тренде уникальные и продуманные материалы вместо множества однотипных постов.
- Контент должен приносить пользу, вдохновлять или развлекать. Это могут быть инструкции, советы, лайфхаки или эмоциональные истории, которые цепляют аудиторию.
- Простые и понятные посты читаются легче и воспринимаются лучше, чем посты перегруженные текстом и сложным дизайном.
- Взаимодействие с аудиторией. Качественный контент — это не только то, что нравится алгоритмам, но и то, что интересно вашей аудитории. Регулярная обратная связь и анализ предпочтений подписчиков помогут создавать материалы, которые их цепляют.

## Оформление визуала



- ВК обновили ленту и редактор постов. Главный акцент теперь на фото, видео и клипах.
- В 2025 году в тренде будут простые, но эмоционально насыщенные посты.
- **Карусель** ВКонтакте становится инструментом для создания по-настоящему погружающего контента, где каждая карточка — это шаг в повествовании или акцент на важных деталях.
- Из карточек можно сделать пошаговый **сторителлинг**. Превратить карусель в мини-историю, где каждый слайд раскрывает часть сюжета.
- **Фокус на деталях.** Карусель помогает показать детали одного объекта или события. Например, можно показать картину целиком, а после отдельные ее части.
- **До и после.** Формат карусели идеально подходит для демонстрации процесса или трансформации.

## Выводы

- Тренды в социальных сетях — это мощный инструмент взаимодействия с аудиторией. Все перечисленные выше направления открывают новые возможности для общения, творчества и продвижения, помогая авторам и брендам находить отклик у аудитории и эффективно использовать платформу.
- *Быть в тренде это хорошо, но главное при этом сохранять подлинность и ценности вашего сообщества.*



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!