

Разработано АНО «Диалог Регионы» совместно с Министерством культуры Российской Федерации



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ДИАЛОГ
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Эффективный госпаблик учреждения культуры

УТВЕРЖДАЮ

Министр культуры
Российской Федерации
Любимова О. Б.

Генеральный директор АНО «Диалог Регионы»
Табак В. Г.



методическое руководство

СОДЕРЖАНИЕ

БЛОК 1 – ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

<u>Приветствие.....</u>	<u>3</u>
<u>Стандарт развития госпабликов учреждений культуры.....</u>	<u>4</u>
<u>Чек-лист для администратора</u>	<u>5</u>
<u>Каким должен быть госпаблик учреждения культуры?.....</u>	<u>6</u>
<u>Федеральный закон о госпабликах.....</u>	<u>7</u>
<u>Метка «Госорганизация».....</u>	<u>8</u>

БЛОК 2 – КОНТЕНТНАЯ ПОЛИТИКА

<u>Ключевые месседжи.....</u>	<u>9</u>
<u>Дизайн.....</u>	<u>10</u>
<u>Контент-план</u>	<u>11</u>
<u>Федеральная повестка.....</u>	<u>12</u>
<u>Конструктор поста.....</u>	<u>13</u>
<u>Сторителлинг.....</u>	<u>14</u>

БЛОК 3 – КАЧЕСТВЕННЫЙ КОНТЕНТ

<u>8 принципов качественного контента</u>	<u>15</u>
<u>Живой язык.....</u>	<u>16</u>

<u>Качественные видео.....</u>	<u>17</u>
<u>Качественные фото.....</u>	<u>18</u>
<u>Качественная инфографика и карточки.....</u>	<u>19</u>
<u>Интерактивные форматы.....</u>	<u>20</u>
<u>Работа с комментариями.....</u>	<u>21</u>
<u>Истории.....</u>	<u>22</u>
<u>Приземление федеральной и региональной повестки.....</u>	<u>23</u>

БЛОК 4 – ДОПОЛНИТЕЛЬНО

<u>Инструменты продвижения.....</u>	<u>24</u>
<u>Гострафик для продвижения госпабликов.....</u>	<u>25</u>
<u>Как обезопасить аккаунты.....</u>	<u>26</u>
<u>QR-код госпаблика.....</u>	<u>27</u>
<u>Виджеты ПОС</u>	<u>28</u>
<u>Примеры лучших госпабликов.....</u>	<u>29</u>
<u>Канал и сообщество про госпаблики.....</u>	<u>31</u>



Стандарт развития госпабликов учреждений культуры

Уважаемые коллеги, **благодаря вашим усилиям** госпаблики в сфере культуры активно создаются и развиваются. Официальный статус направление приобрело с вступлением в силу 270-ФЗ («закона о госпабликах»). **Мы благодарим вас за проделываемую работу.**

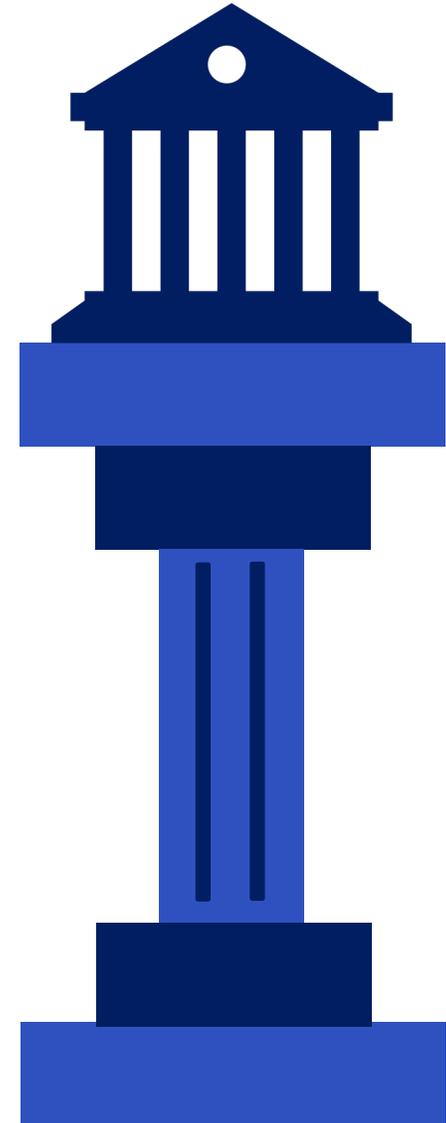
Вы вносите большой вклад в открытость власти, становитесь важным звеном в коммуникации между деятелями культуры и их поклонниками, посетителями, сотрудниками и руководством учреждений, а также представителями власти.

В помощь вам мы, АНО «Диалог Регионы»* совместно с Министерством культуры РФ, **подготовили методическое руководство по развитию госпабликов, представляющих эту большую и важную сферу.**

Документ, который вы сейчас читаете, поможет вам:

- Повысить качество ведения сообществ
- Ускорить и упростить работу по планированию, производству и публикации контента
- Продвигать вашу группу и привлечь новую аудиторию
- Повысить активность аудитории в сообществе
- Сделать ваши страницы и сообщества эффективным и удобным каналом диалога для пользователей
- Выстроить системную работу не только по новостям и жизни учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам

**АНО «Диалог Регионы» — это всероссийский центр компетенций в сфере интернет-коммуникаций. Одна из его задач — развитие госпабликов. В каждом субъекте РФ работает филиал организации — Центр управления регионом (ЦУР). Дополнительную информацию вы найдете на сайте: <https://dialog.info>*



Чек-лист для администратора

Базовые требования

- Гостетка
- Виджеты ПОС

Контентная политика

- Социально-значимые новости о работе учреждения
- Приземление федеральной и региональной повестки
- Полезный и интересный контент
- Минимум 3 публикации в неделю
- Простой и понятный язык
- Живые фото
- Качественные видео, VK-клипы
- Интерактивные форматы (опросы, голосования и т.д.)
- Прямые эфиры
- Публикация VK-историй
- Ответы в комментариях на содержательные вопросы

Оформление

- Краткое и простое название
- Заполненное описание о деятельности учреждения
- Адрес, режим работы, контакты
- Обложка и аватарка
- Единый стиль оформления паблика
- Использование шаблонов оформления постов

Продвижение

- QR-код в проходном месте
- Работники учреждения подписаны на паблик
- Постоянные посетители учреждения подписаны на паблик
- Интеграции с другими пабликами
- Интеграции с лидерами мнений
- Гострафик
- Цель - более 500 подписчиков

Каким должен быть госпаблик в сфере культуры?



Сообщество Министерства культуры РФ – флагманский госпаблик в сфере культуры с качественным ведением и оформлением.

https://vk.com/minkultury_rf



РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ
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»**

Принят Государственной Думой

30 июня 2022 года

Одобен Советом Федерации

8 июля 2022 года

14 июля 2022 года Президент РФ подписал [закон о госпабликах](#). В силу он вступил с 1 декабря того же года.

- [Распоряжение](#) Правительства РФ №2523-р от 2 сентября 2022 года об определении «ВКонтакте» и «Одноклассников» в качестве площадок для ведения госпабликов
- [Постановление](#) Правительства РФ № 2306 от 15 декабря 2022 года о закреплении за АНО «Диалог Регионы» статуса координатора создания и сопровождения госпабликов
- [Постановление](#) Правительства РФ № 2560 от 31 декабря 2022 года о правилах размещения информации в госпабликах и их взаимодействии с платформой «Госуслуги»

Метка «Госорганизация»

Специальная отметка, подтверждающая подлинность официального сообщества.

Она повышает уровень доверия к сообществу и позволяет быстрее найти госпаблик среди множества похожих по названию групп.

- Чтобы ее получить, необходимо привязать госпаблик к учетной записи учреждения в ЕСИА через портал «Госуслуги».
- Для этого необходимо быть владельцем или администратором сообщества в социальной сети и иметь статус руководителя или администратора учреждения на «Госуслугах».
- После получения отметки под названием сообщества появляется значок флажка с подписью Госорганизация и надпись «Подтверждено через Госуслуги».

 **Госметка - обязательный значок**, которым отмечаются паблики органов власти и подведомственных учреждений.

 Важно! Госметка - **не** верификация. Это разные понятия и отметки. **Верификация** (синяя галочка) - подтверждение подлинности паблика от соцсети, она не является обязательной.



Самарский академический театр оперы и балета (Самарская область) имеет дважды подтвержденный паблик — есть и госметка (флажок), и верификация (синяя галочка)

<https://vk.com/samaraopera>

Если не знаете, как получить метку, обращайтесь в ваш ЦУР или воспользуйтесь методичкой



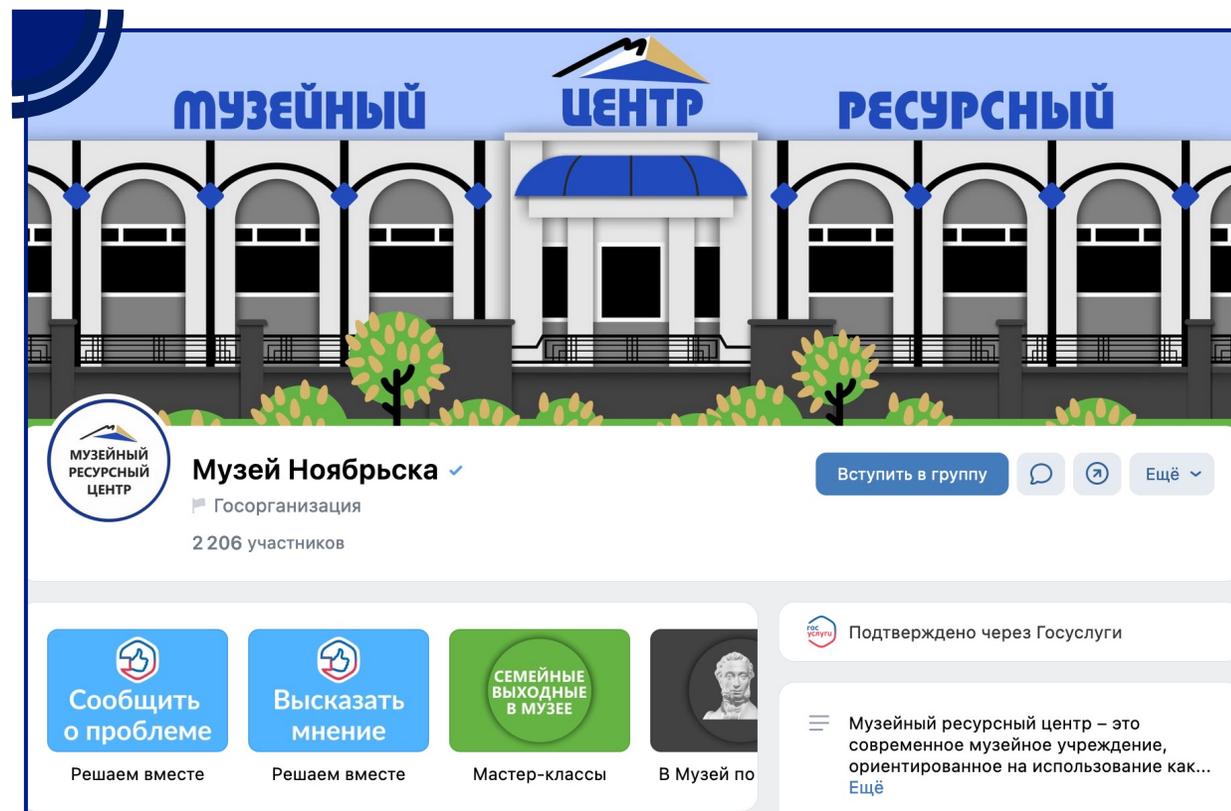
ВИДЖЕТЫ ПОС

В каждом госпаблике нужно разместить виджеты со ссылками на электронные формы Платформы обратной связи:

- Форма для обращений жителей в органы и организации
- Форма сбора мнений пользователей через опросы и голосования

Для этого организация или вышестоящее ведомство/ муниципалитет должны быть подключены к ПОС в части обработки сообщений и проведения голосований.

Для оформления виджетов используются обложки из **специально сформированного набора**.



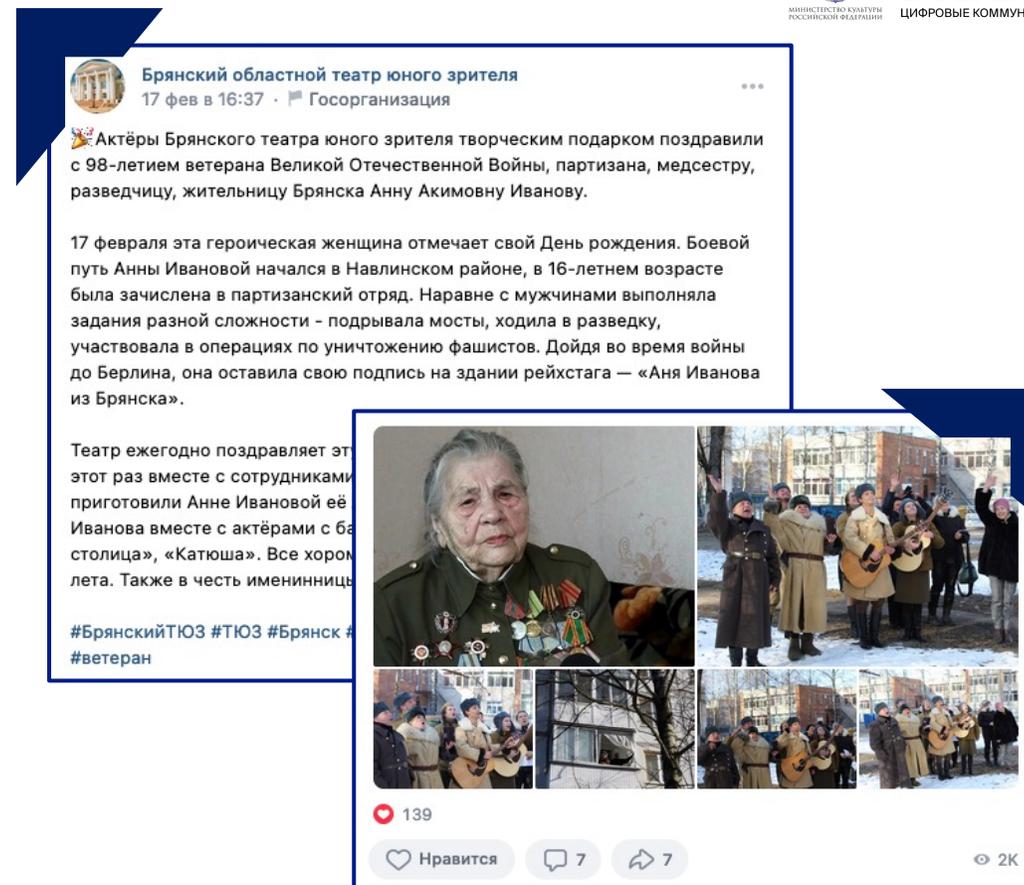
Музей Ноябрьска (Ямало-Ненецкий автономный округ)

https://vk.com/museum_noyabrsk

Ключевые месседжи

Контентная политика – это **смыслы и посылы**, которые госпублик учреждения культуры доносит до подписчиков. **Культура в России является одним из ключевых факторов укрепления национальной идентичности, единства и сплоченности российского общества.** Целевая аудитория – это посетители учреждений, поклонники разных направлений культуры в различном ее олицетворении, а также коллеги по сфере деятельности.

- Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории новости о работе учреждения, которые будут интересны подписчикам: режим работы, действующие акции, условия оформления абонементов или покупки билетов, анонсы мероприятий, афиша и так далее
- Подавайте контент в информационном стиле, адаптируйте его для разных соцсетей
- Создавайте уникальный контент в разных форматах: как официальный, так и развлекательный
- Рассказывайте об уникальных особенностях вашего учреждения, участии в социальных и благотворительных мероприятиях, достижениях сотрудников и артистов, закулисной жизни
- Запускайте собственные акции, социальные и имиджевые проекты
- «Приземляйте» темы и посты к конкретным историям
- Проявляйте заботу и эмпатию к посетителям и любителям искусства
- Подчеркивайте близость не только к подписчикам, но и к жителям в целом. Показывайте социальную роль учреждения, чаще демонстрируйте личное участие сотрудников во всех внутренних и внешних процессах
- Не закливайтесь на основном направлении деятельности, показывайте другие сферы жизни вашей организации
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению аудитории



Брянский областной театр юного зрителя (Брянская область)

Пост о том, как актеры театра поздравили с днем рождения ветерана ВОВ

https://vk.com/wall-16414756_4916

Контактная информация, дизайн и качественное оформление сделают ваше сообщество удобным и узнаваемым для людей

- Заполните информацию о сообществе в шапке; поделитесь адресом и контактной информацией
- Ваше название должно быть простым и понятным любому! Не «МАУК ЦКиД "Магистраль"», а «Центр культуры и досуга "Магистраль"»
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- «Диалог Регионы» разработал

брендбук по оформлению госпабликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества — шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов — обратитесь к ЦУР вашего региона



**Музейный центр «Площадь Мира»
(Красноярский край)**

Яркий, лаконичный и запоминающийся дизайн паблика

https://vk.com/na_mira1

Контент-план должен быть, и он должен быть не в голове, а в виде документа

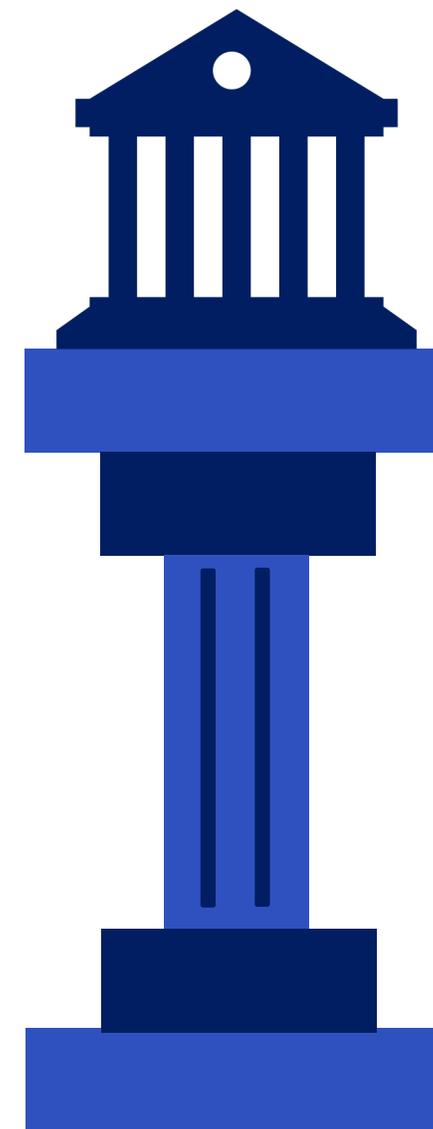
Контент-план — это план-график выхода публикаций в сообществе. В контент-плане следует указывать дату, время, тему и формат постов.

Для ведения плана подойдет любой редактор таблиц (Excel, Яндекс 360), а если вам так удобнее — Word.

Контент-план нужен для вашего удобства:

- Работа «по рельсам» — минимум авралов.
- Возможность действовать на опережение, готовить «консервы» — запасной контент, который вы сможете использовать, когда не будет новостей или времени создавать новый.
- Гибкость: всегда можно что-то убрать или добавить.

Пример контент-плана ищите [здесь](#).





Решения Президента,
Правительства, законы



Повестка губернатора и
работа регионального
правительства

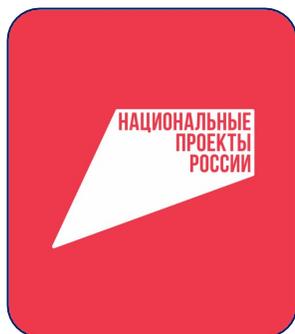


Информационная поддержка
политиков, общественников
и их проектов

Публикация новостей о работе учреждения — это важно и правильно. **Ваш госпаблик также должен стать площадкой информирования людей о главных федеральных и региональных решениях, касающихся тематики паблика и интересов вашей аудитории.**

Федеральные/ региональные поводы нужно сопровождать **местными подробностями** — это называется «приземлением» повестки.

Время появления федеральных и региональных поводов не всегда можно точно предсказать, поэтому будьте готовы адаптировать контент-план.



Реализация национальных
проектов 2019-2024,
региональных программ



Поводы для гордости: героизм,
успехи в спорте, науке,
благотворительность



Праздники, культурные
и патриотические
события

Конструктор поста

Основные рубрики:



НОВОСТИ



ОБЪЯВЛЕНИЯ



ДОСТИЖЕНИЯ



ПОЛЕЗНОЕ



ВЗГЛЯД ИЗНУТРИ (БЭКСТЕЙДЖ)



АФИША/
АНОНСЫ



О НАС



МЕРОПРИЯТИЯ
И МАСТЕР-КЛАССЫ



ИНТЕРЕСНЫЕ
ФАКТЫ

Форматы контента:

- Фото/фотоальбом + текст
- Видеоролик + подводка
- Карточка/карточки + текстовая подводка
- Мем + текст
- Лонгрид + текстовая подводка
- Подкаст аудио/видео
- Дайджест (текст + фото или видео + подводка)
- Прямой эфир + текстовая подводка
- Клип
- Истории/Серия историй
- Видеоопрос людей + текстовая подводка
- Интервью (лонгрид/видео) + текстовая подводка
- Репортаж (текстовый/видео)

Рассказывайте о событиях через истории людей – сотрудников, артистов, деятелей искусства

- Такой формат предполагает достаточно длинные тексты, но они должны быть написаны простым языком и читаться «на одном дыхании»
- Визуал используйте умеренно, для длинных рассказов достаточно 1-2 фотографий
- Подберите привлекательный заголовок, чтобы вызвать желание прочитать текст до конца.



Музей-заповедник «Павловск» ✓
14 апр в 16:13 · Госорганизация



🌿 Сегодняшнее утро в Павловске началось с украшения дерева на парадном плацу пасхальными яйцами. Декораторами выступили воспитанники детского творческого центра ГМЗ «Павловск». Нам и коту Рыжику — хранителю императорского костюма — результат понравился. Завтра юные участники творческой студии будут раскрашивать деревянные яйца, а в воскресенье — создавать пасхальный натюрморт. В Светлый праздник вы тоже можете принести с собой пасхальное яйцо и повесить на павловское дерево. 🥚

Это новые пасхальные традиции, которые появились в нашем музее-заповеднике в последние годы. К сожалению, осталось немного свидетельств, как члены августейшей фамилии встречали Светлое Христово Воскресенье в Павловске. Из дневников великого князя Константина Константиновича (К.Р. — владельца Павловска в 1892–1915 гг.) и одного из его сыновей — Гавриила Константиновича — известно, что службы на Страстной неделе проходили не только в дворцовой Петропавловской церкви, но и в Походной церкви (в разное время она размещалась в различных комнатах дворца). Крестный ход с иконами и плащаницей проходил по дворцовым залам, разговение совершалось в зале Мира или в Греческом. Все члены семьи дарили друг другу подарки. С особым воодушевлением К.Р. рассказывает о своей работе на Страстной неделе над драмой в четырех действиях «Царь Иудейский» — о последних днях земной жизни Спасителя. В январе 1914 года пьеса была поставлена в придворном театре Эрмитажа, сам автор исполнил роль Иосифа Аримафейского.

Музей-заповедник «Павловск» (Санкт-Петербург)

Интересная справочная информация с привязкой к Пасхе

https://vk.com/wall-7263055_14061



1. Живой язык



2. Качественные видео



3. Качественные фото



4. Качественные инфографика
и карточки



5. Интерактивные форматы



6. Работа с комментариями



7. Истории



8. Приземление повестки

8 принципов качественного контента

Самое главное в паблике — это контент.

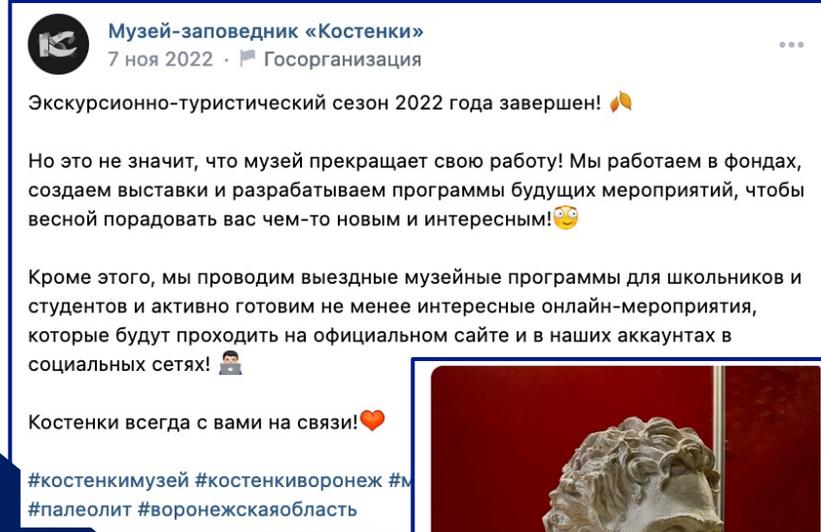
8 принципов, которые мы перечислим в этом разделе — ключевые ориентиры для создания действительно качественного, полезного и интересного контента в соцсетях.

Мы разберем каждый из них подробно на конкретных примерах.

Нажимайте на подчеркнутые слова или словосочетания и переходите по гиперссылкам – так вы попадете на сайты/онлайн-сервисы, которые помогут вам в работе.

Освойте профессию переводчика... с языка пресс-релизов на язык соцсетей!

- Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают. Максимум — три небольших абзаца
- Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его
- Можно использовать эмодзи, но не более 3-5 в одном посте
- Не используйте длинные предложения и сложные обороты. Забудьте причастия и деепричастия
- Пишите просто. Представьте, что вы рассказываете новости вашим знакомым
- Удаляйте из текстов все канцелярские обороты. Чистоту и читаемость текстов можно быстро и легко проверить с помощью сервиса «Главред»
- Помните, что уместный юмор и образный язык — залог интереса аудитории



Музей-заповедник «Костенки» (Воронежская область)

О своих планах по работе музей рассказывает простым и легким для восприятия языком

https://vk.com/wall-64923148_8485

2 КАЧЕСТВЕННЫЕ ВИДЕО

Видео — самый популярный формат контента в соцсетях. Помните, что большинство смотрит их с телефона, поэтому — длительность небольшая, текст краткий, элементы крупные

- Для пабликов школ подходят информационные ролики с субтитрами
- Технические требования к информационным роликам: квадратный формат, наличие субтитров, фоновая музыка. Поверьте, это удобно пользователям
- Идеальный хронометраж — до 1 минуты, а в 2023 году — даже чуть короче
- Призыв к действию в конце ролика: «ставь лайк», «делись с друзьями»
- Выделите ключевые тезисы в субтитрах полужирным или цветом
- Не злоупотребляйте телесюжетами. Соцсети — не телевизор, тут такое не смотрят
- Устраивайте небольшие по длительности прямые эфиры с ответами на вопросы посетителей и поклонников искусства во «ВКонтакте» и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры руководителей учреждений, артистов, деятелей искусств, представителей исполнительной власти, ЛОМов, экспертов в вашей сфере

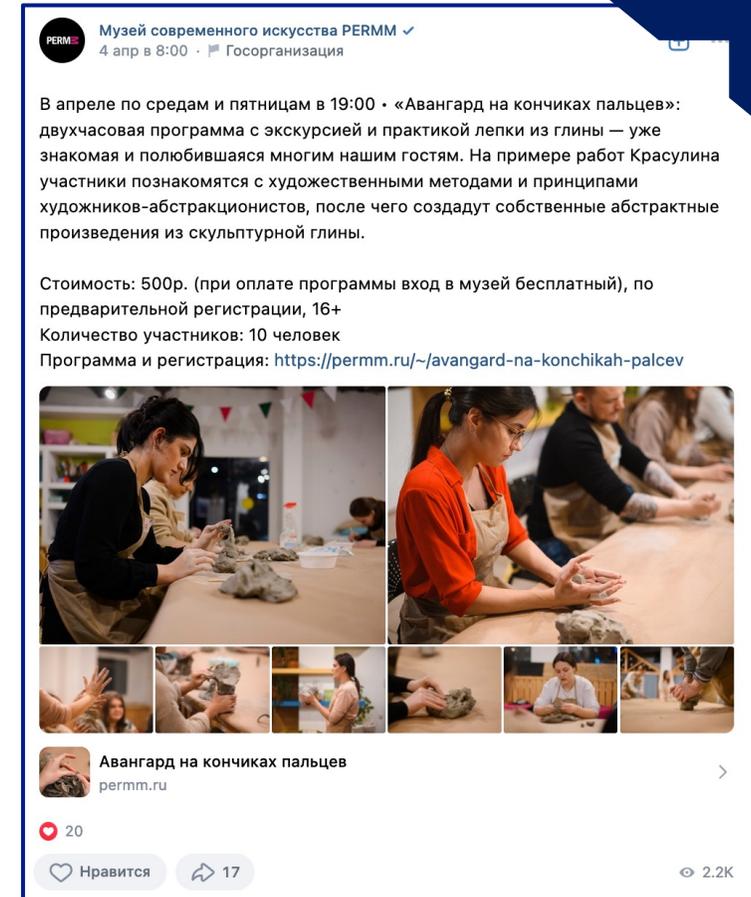


Поморская филармония (Архангельская область)
Качественный ролик с оптимальным хронометражем и субтитрами для комфортного просмотра

https://vk.com/pomorfil?w=wall-50627833_10902

Скучные фотографии и картинки из интернета не интересны аудитории. Люди ставят лайки ярким и «неформальным» кадрам

- Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры
- Используйте собственный уникальный визуальный контент. Обработанная фотография с мобильного лучше заимствованных материалов
- Применяйте единый брендбук для оформления фотографий, инфографики и карточек
- Проверяйте посты перед публикацией и удаляйте «ляпы» в предпросмотрах. Внимательно следите за закрытыми глазами и другими обидными мелочами
- Если у вас есть только постановочные кадры, то лучше сделать инфографику



Музей современного искусства PERMM (Пермский край)

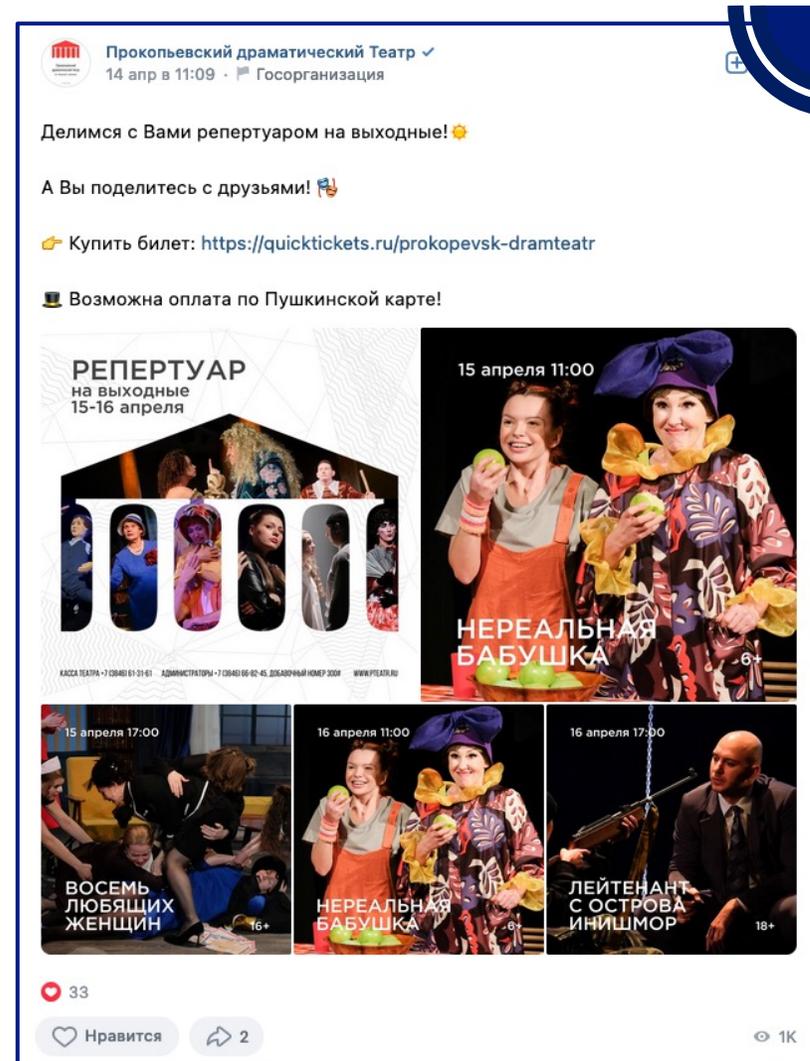
Живые фотографии с мастер-класса
по лепке из глины

https://vk.com/permm_museum?w=wall-13853229_9191

4 ИНФОГРАФИКА И КАРТОЧКИ

Инфографика — это визуализация информации. Используйте ее тогда, когда информация сложная и ее много

- Придерживайтесь правила «одна карточка — один тезис»
- Чем меньше текста и проще оформление, тем лучше
- Стремитесь к тому, чтобы по картинке все было понятно без слов. Это называется «визуальный месседж»
- Большинство людей смотрят посты на смартфоне, текст и графика должны быть видны без приближения
- Пользуйтесь [базами готовых пиктограмм](#)



Прокопьевский драматический Театр (Кемеровская область)
Хороший пример оформления афиши
в виде карточек

https://vk.com/wall-13450617_15509

5 ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМАТЫ

Механики вовлечения и конструктивный диалог повышают доверие вашей аудитории

- Обращайтесь к аудитории, ведите с ней диалог, задавайте вопросы
- Просматривайте, какие новости предлагают люди, и иногда публикуйте пользовательский контент
- Проводите опросы и голосования
- Организуйте конкурсы и флешмобы
- Публикуйте записи, в которых реагируете на комментарии к предыдущим постам
- Призывайте к действиям. Люди ответят лайками, комментариями и репостами

 Калининградский музей изобразительных искусств
4 апр в 15:25 · Госорганизация

ИСТОРИЯ ЛЮБВИ || КОНКУРС

👉 Друзья! До завершения творческого конкурса в рамках выставки «История любви» осталось меньше недели!

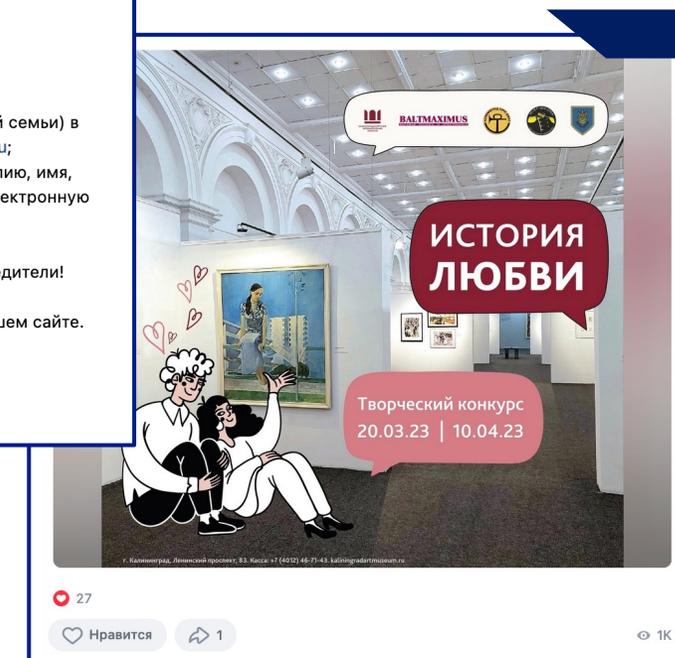
💖 Ждем Ваши самые романтичные, нежные, трогательные, печальные или светлые истории.
Победителей ждут отличные призы: пригласительные и фирменные сувениры от #kaliningradartmuseum, мультиварка POLARIS PMC 0578AD от BALTMAXIMUS, билеты на концерт в Клуб Калининград Сити Джаз.

Что нужно сделать?
До 10 апреля:

- ✅ Посетите выставку «История любви»;
- ✅ Сделайте фото в экспозиции;
- ✅ Пришлите фото нам вместе с историей любви (вашей или вашей семьи) в сообщения группы или на адрес iduvmuzei@kaliningradartmuseum.ru;
- ✅ В письме обязательно укажите Ваши контактные данные: фамилию, имя, отчество, номер телефона, ссылку на страницу ВКонтакте и/или электронную почту.

До 14 апреля компетентное музейное жюри выберет истории-победители!
Имена счастливых опубликуем на сайте и в группе ВКонтакте.
Все присланные фотографии с историями будут размещены на нашем сайте.

#историялюбви
#искусстворядом
#KOMII_love



Калининградский музей изобразительных искусств (Калининградская область)

Проведение конкурсов с использованием пользовательского контента – отличный вариант интерактива

<https://vk.cc/cncnU5>

В госаблики учреждений культуры люди чаще всего приходят за консультацией.

Пользователи интересуются расписанием мероприятий, конкурсов, стоимостью билетов, репертуаром и т.д. Также актуальны вопросы, связанные с ремонтом зданий и помещений.

Важно настроить эффективную коммуникацию со своими подписчиками. Ответ на комментарии в социальных сетях — неотъемлемый инструмент общения с пользователями соцсетей. Отсутствие обратной связи в комментариях влечет негативную реакцию пользователей, люди чувствуют себя ненужными.

Ответ должен соответствовать правилам негласного сетевого этикета:

- Ответ должен начинаться с приветствия
- К автору необходимо обращаться «Вы»
- Ответ должен быть простым и понятным, вежливым и без канцеляризма
- Ответ должен быть информативным, отвечать на запрос автора
- Допускаются позитивные ненавязчивые эмодзи
- В ответе должны содержаться меры, сроки или любая другая информация
- Когда автор задает конкретный вопрос, он ожидает услышать четкий ответ. Не стоит отправлять человека искать ответ на свой вопрос по ссылке
- Бывают случаи, когда в сообщении автора не содержится необходимой информации для решения вопроса, тогда следует уточнить детали у автора
- Если в сообщении содержится несколько вопросов, то важно прокомментировать каждый вопрос



Марина Важеркина 27 окт 2022 в 14:12
Здравствуйте, когда появятся билеты на декабрь? а то на ноябрь уже нету... Очень хотелось бы попасть на мюзикл :)

Ответить

ГАУК "Рязанский музыкальный театр" 28 окт 2022 в 15:39
Марина, добрый день!
К сожалению, Вы не уточнили, на какой именно мюзикл Вы хотели бы попасть. В декабре в нашем театре можно будет посмотреть мюзикл В.Баскина «Призрак замка Кентервиль». Билеты на декабрь поступят в продажу с 1 ноября.
Телефон кассы: 8(4912) 45-81-13
Телефон для справок: 8(4912) 45-80-56

Ответить



Владислава Малаховская 27 мар в 7:24 Ответить Поделиться

А кто из участников стал лауреатами?

Музыкальная школа им. Н. А. Римского-Корсакова
Владислава, первые места не присуждены, в детской группе второе место поделили участницы из ДШИ Мравинского и Екатеринбург, в старшей - Людмила Рахманова.

28 мар в 4:04 Ответить Поделиться



Мария Артеева 23 сен 2022 Ответить Поделиться

Здравствуйте! Подскажите, какое максимальное количество человек допускается?

Ханты-Мансийский театр кукол ✓
Мария, Здравствуйте, максимальное количество - 17 человек

23 сен 2022 Ответить Поделиться



Иван Тютрин 7 янв в 13:25 Ответить Поделиться

Что с сайтом то вашим? Уже неделю почти как лег :(

АУ "ЮГОРСКИЙ КИНОПРОКАТ"
Иван, может из за наплыва зрителей подвисал? Мы каждый день заходим, не видели проблем... и сейчас работает.
kinocentr86.ru

7 янв в 21:13 Ответить Поделиться

Истории — это популярный формат, который нужно использовать по максимуму

- Делайте истории вертикальными и на весь экран
- Пишите крупно, чтобы текст был читаем с телефона
- Используйте живые кадры и динамичные короткие видео
- Добавляйте эффекты, свайпы, голосования в истории, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные истории, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки



Новгородский музей-заповедник (Новгородская область)
Живые и яркие истории о прошедшем мероприятии

<https://vk.com/ngomz>



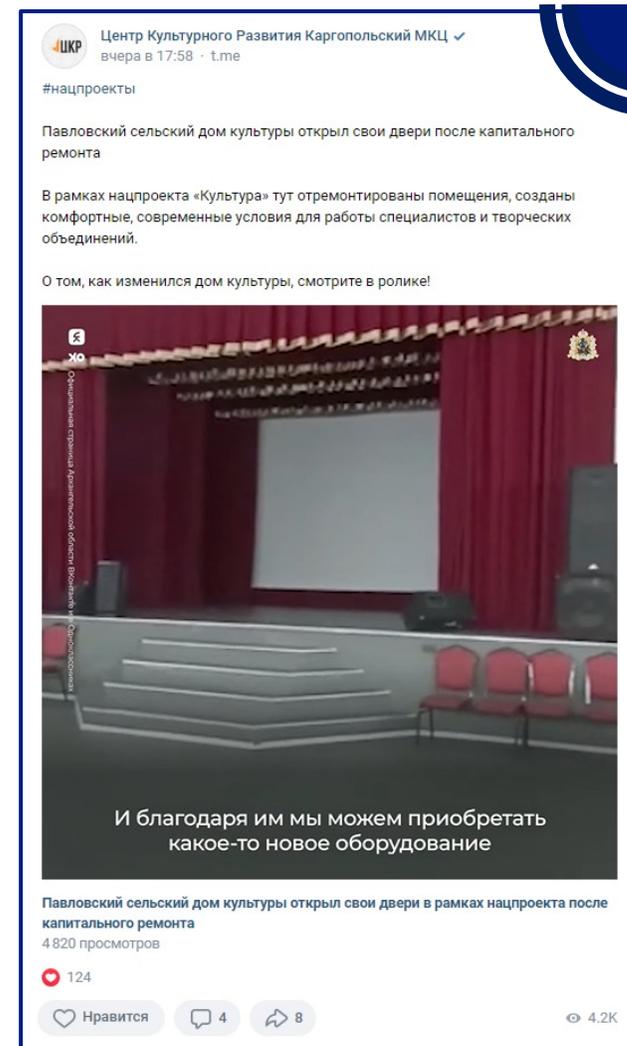
ПРИЗЕМЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ И РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОВЕСТКИ

Ваша аудитория должна «примерять» федеральные инфоповоды на себя и видеть пользу от федеральных решений. Помогите ей в этом!

- Добавляйте в региональные и федеральные поводы местную фактуру — расскажите историю конкретного человека, проблему которого удалось решить
- Возьмите комментарий по теме у местного лидера мнения, которому доверяют люди
- Меньше футуристики и денежных сумм. Вместо «выделено N млн по такой-то программе» напишите, сколько школа получит инвентаря, какие работы пройдут по ее ремонту или обновлению



ДИАЛОГ
ЦИФРОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ



**Центр Культурного Развития Каргопольский МКЦ
(Архангельская область)**

Пример приземления повестки о реализации нацпроекта «Культура»

https://vk.com/wall-112179772_16545

Инструменты продвижения

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только работники и посетители учреждения

- ❑ Интеграции с блогерами, инфлюенсерами, ЛОМами. Договоритесь с известным человеком о том, чтобы он рассказал про вашу группу
- ❑ Тематические посевы в сторонних популярных группах — «Подслушано», «Типичный» — с тегом вашего сообщества
- ❑ Интерактивы в своих и дружественных популярных сообществах. Опросы и конкурсы с обязательным условием вступления в группу: чтобы получить приз пользователь должен на вас подписаться
- ❑ Офлайн-продвижение: QR-коды в школах и библиотеках, местах скопления целевой аудитории
- ❑ Работа в комментариях от имени паблика в своем сообществе, а также в других активных группах школ
- ❑ Вовлечение потенциально заинтересованной аудитории в ручном режиме (рассылки приглашений друзьям, знакомым, коллегам)



**Переславский музей-заповедник
(Ярославская область)**

<https://www.museumpereslavl.ru/>

Гострафик для продвижения

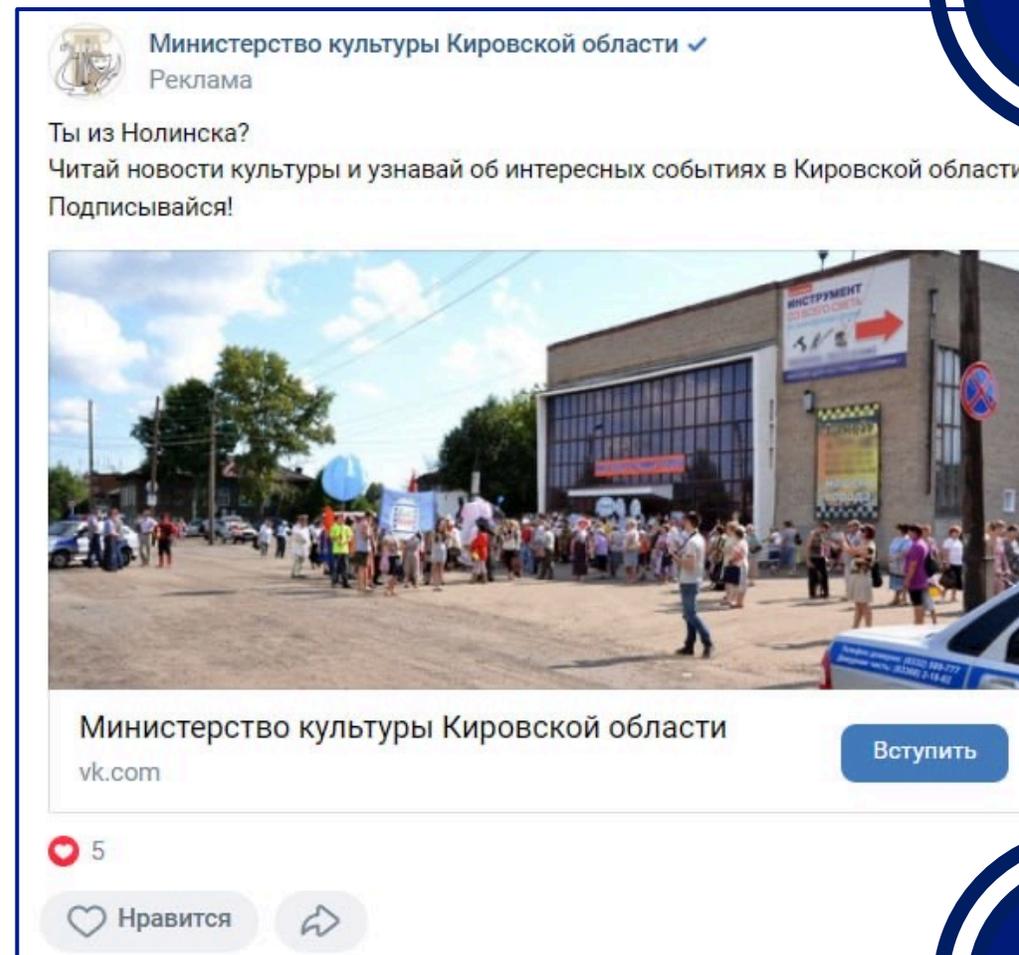
Гострафик – **таргетированная реклама самого госпаблика или отдельных постов**. С его помощью можно увеличивать количество подписчиков, продвигать материалы на более широкую целевую аудиторию (не ограничиваясь только подписчиками). Таргет позволяет показать публикации вашей группы пользователям в ленте новостей соцсети вне зависимости от того, подписаны они на сообщество или нет.

Кроме того, обратитесь с запросом на рекламное продвижение в ЦУР — коллеги смогут помочь вам, когда для этого у ЦУР будет возможность.

Можно рекламировать ваши обычные информационные публикации и посты с кнопкой на вступление в сообщество.

Таргет — это:

1. **Сегментация** — можно сказать про открытие детской площадки только родителям нужного района
2. **Охват** — увеличить просмотры постов можно в 10 и более раз
3. **Подписчики** — привлечь до 1 000 человек из вашего города или района за 1 кампанию



Министерство культуры Кировской области ✓
Реклама

Ты из Нолинска?
Читай новости культуры и узнавай об интересных событиях в Кировской области.
Подписывайся!



Министерство культуры Кировской области
vk.com

Вступить

5

Нравится

Как обезопасить аккаунты?

Для каждой социальной сети придумайте отдельный сложный пароль

Не рекомендуем:

- ❑ пароли, в которых меньше 8 символов: IOIhKd
- ❑ пароли-слова: сарубара

Не забывайте обновлять пароли во всех соцсетях раз в шесть месяцев.

При использовании большого количества соцсетей, используйте менеджеры паролей.

Вот несколько рекомендованных сервисов:

- ❑ PassCamp;
- ❑ SolarWinds PassPortal;
- ❑ QuickPass;
- ❑ Bitwarden;
- ❑ Enpass;
- ❑ Keepass;
- ❑ Last Pass.

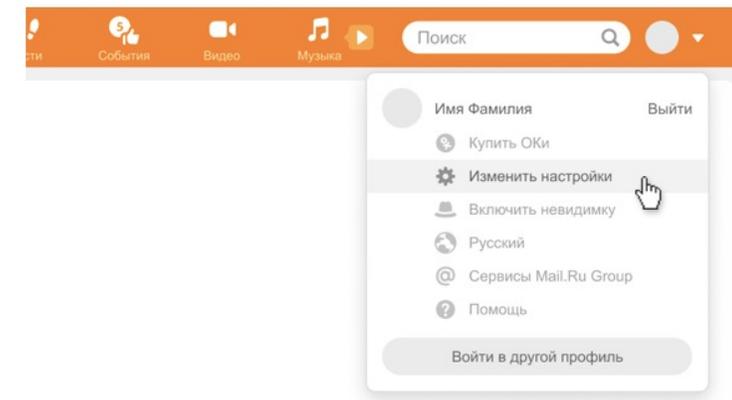
Что такое двойная защита? Как её включить?

Статья обновлена 23.12.2021 [Получить ссылку](#)

«Двойная защита»? - это ещё один способ защитить ваш профиль. Если вы включите данную функцию, то для входа в ваш профиль будет необходим не только **пароль**, но и специальный одноразовый код, отправленный вам с помощью смс на сотовый телефон.

Как подключить «Двойную защиту»?

- нажмите на миниатюру вашей главной фотографии в правом верхнем углу;
- в появившемся меню выберите пункт **«Изменить настройки»**;



- затем перейдите во вкладку **«Основные»** в меню слева;
- в списке настроек найдите пункт **«Двойная защита»**;

Подключите двухфакторную аутентификацию.

Это дополнительный уровень защиты: при входе, помимо логина и пароля, нужно ввести специальный код:

- ❑ [Подключение «Вконтакте»](#)
- ❑ [Подключение «Одноклассники»](#)

QR-код госпаблика

Для привлечения большей целевой аудитории в госпаблик учреждений размещайте **QR-код на информационных стендах**.

Посетители смогут отсканировать его, перейти в ваш госпаблик, ознакомиться с информацией и подписаться

Как получить QR-код «ВКонтакте»?

1. Откройте «ВКонтакте» с компьютера и зайдите в свое сообщество.
2. Перейдите в настройки: «Основная информация» → «Управление» → «QR-код».
3. Нажмите «Создать», и появится макет с QR-кодом.

Важно! Создать QR-код «ВКонтакте» можно и другими способами.

Используйте только тот, что описан в инструкции выше. Так каждый переход по ссылке будет учитываться в статистике — это важно для учёта того, есть ли в учреждении страница с QR-кодом, при формировании рейтинга регионов.

Основная информация

Название:

Описание:

Обложка:

Адрес:

Как правильно выбрать адрес и можно ли использовать уже занятый, читайте [здесь](#).

Верификация:

Государственный статус:

QR-код:

Вы можете создать страницу с QR-кодом со ссылкой на сообщество

Страница с QR-кодом со ссылкой

Вы можете создать страницу с QR-кодом и ссылкой на сообщество вашей организации.

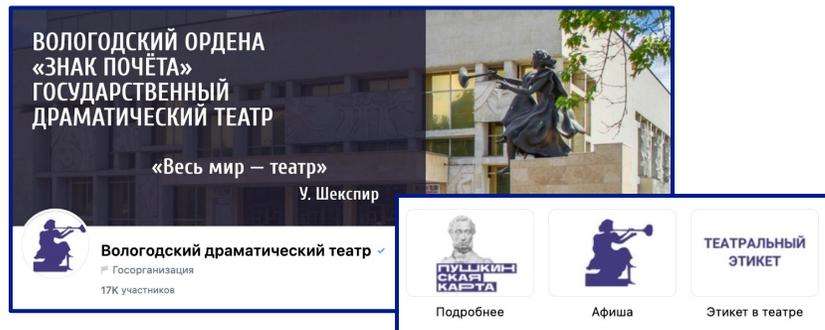
Укажите понятное название учреждения, добавьте слоган или призыв, скачайте файл и распечатайте его. А после повесьте там, где увидят посетители. По QR-коду они смогут перейти прямо в сообщество и подписаться на него.

Нажмите на заголовок или слоган внизу, чтобы изменить текст. Название должно быть понятно клиентам и посетителям вашей организации.

сообщество ВКонтакте



Примеры лучших госпабликов



Вологодский драматический театр (Вологда)

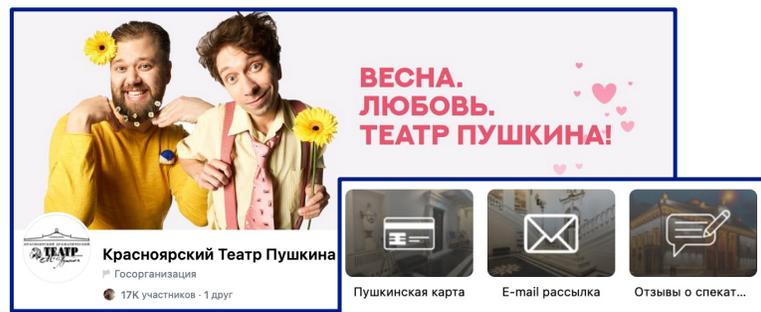
<https://vk.com/vdrama>



Белгородская филармония (Белгород)

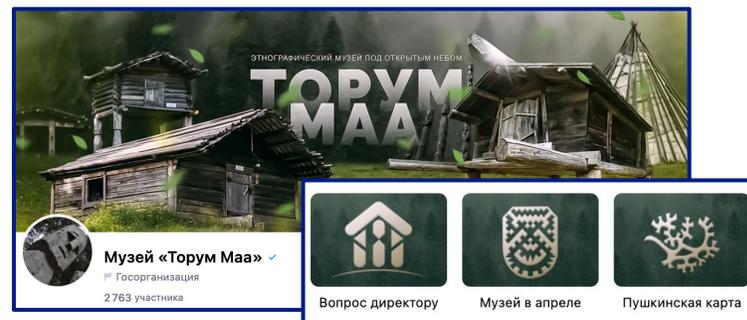
<https://vk.com/belfilarm>

Отсканируйте QR-код и посмотрите группы учреждений культуры, на которые можно ориентироваться



Красноярский Театр Пушкина (Красноярск)

<https://vk.com/sibdrama>



Музей «Торум Маа» (Ханты-Мансийск)

<https://vk.com/torummaa>



Музей истории Екатеринбурга (Екатеринбург)

<https://vk.com/ekbmuseum>

Примеры лучших госпабликов

14. 15. 16 апреля
премьера балетов

павильон армиды
венгерские танцы
sextus propertius

Урал Опера Балет
Госорганизация
8 786 участников

- Поддержать театр
- Купить билеты
- Рассылка театра

Урал Опера Балет (Екатеринбург)

<https://vk.com/uralopera>

Корочанский районный
Дом культуры
Короча

Корочанский районный Дом культуры
Госорганизация
2 959 подписчиков

- Отзывы
- КЛУБНЫЕ ФОРМИРОВАНИЯ
- АФИША

Отзывы Расписание рабо... Афиша

Корочанский районный Дом культуры (Бехтевка)

<https://vk.com/korochardk>

Читальный зал
в центре города

Калининградская областная научная библиотека
Госорганизация
4 238 участников

- Стать читателем
- Вопросы
- Лекции

Калининградская областная научная библиотека (Калининград)

<https://vk.com/konb39>

20.04
2023
19:00
ЗАРИНА
АБАЕВА
СОЛЬНОЙ
КОНЦЕРТ

Пермский театр оперы и балета
Госорганизация
✓ Вы подписаны

- Афиша
- Как купить билеты
- Поддержать театр

Пермский театр оперы и балета (Пермь)

<https://vk.com/permopera>

ПУШКИНСКИЙ
ДОМ КУЛЬТУРЫ

Пушкинский дом культуры
Госорганизация
11К участников

- Сообщить о проблеме
- ЗАПИСЬ
- ФОТОГРАФИИ

Решаем вместе Запись в студии Фотографии

Пушкинский дом культуры (Пушкин)

https://vk.com/dk_pushkin

МУРМАНСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ОБЛАСТНАЯ УНИВЕРСАЛЬНАЯ НАУЧНАЯ
БИБЛИОТЕКА

ул. Софьи Перовской, д. 21 А
(8152) 45-28-26

Мурманская областная научная библиотека
Госорганизация
6 503 подписчика

- афиша событий
- книжная лавка
- услуги

Афиша событий Книжная лавка Услуги

Мурманская областная научная библиотека (Мурманск)

<https://vk.com/murmannauchka>

Сообщество и канал про лучшие кейсы госпабликов

Подпишитесь на образовательный канал про госпаблики с подборками групп и публикаций, лучшими практиками и самыми удачными кейсами — отсканируйте QR-код или перейдите по [ссылке](#)



За помощью в ведении паблика обращайтесь в ваш ЦУР, а лучшие практики присылайте нам по QR-коду →

