

Эффективный госпаблик школы

Методическое руководство

Май 2022

ДИАЛОГ



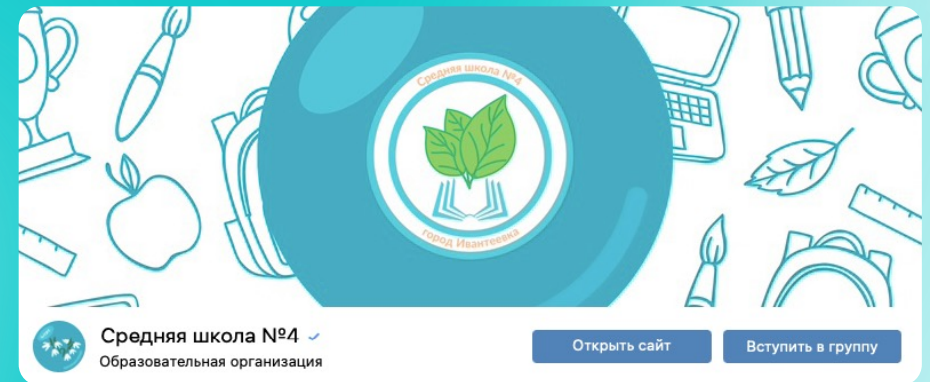
Содержание

Стандарт развития пабликов школ в соцсетях.....	3	Принцип №4 – качественная инфографика и карточки.....	17
Площадки и аудитория школ.....	4	Принцип №5 – интерактивные форматы.....	18
Продуманная контентная политика	5	Принцип №6 – работа с комментариями.....	19
Контент-план – ключевой инструмент контентной политики...6		Принцип №7 – сторис.....	20
Не забыть о федеральной повестке	7	Принцип №8 – прямые эфиры.....	21
Рубрики помогают систематизировать контент	8	Принцип №9 – приземление федеральной повестки.....	22
«Новая искренность».....	9	Принцип №10 – новые форматы.....	23
Оптимальная периодичность публикаций.....	10	Продвижение Госпабликов. Правильные KPI.....	24
Дизайн, оформление и навигация.....	11	Инструменты продвижения.....	25
Верификация сообщества	12	Гострафик для продвижения госпабликов.....	26
10 принципов качественного контента	13	Как обезопасить аккаунты.....	27
Принцип №1 – живой язык.....	14	Примеры крутых госпабликов.....	28
Принцип №2 – качественные видео.....	15	Канал про Госпаблики в Telegram.....	29
Принцип №3 – качественные фото.....	16		

Стандарт развития пабликов школ в соцсетях

Уважаемые коллеги, мы благодарим вас за создание и развитие госпабликов средних общеобразовательных учреждений. Вы вносите большой вклад в открытость власти, становитесь важным звеном в коммуникации между родителями, учениками, руководством и представителями власти. В помощь вам мы, АНО «Диалог»*, подготовили методическое руководство – стандарт развития пабликов школ. 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 школьным новостям и жизни учреждения, но и по региональной и федеральной повесткам



Группа школы №4 города Ивантеевки – пример качественного госпаблика
<https://vk.com/ivantsch4>

**АНО «Диалог» – 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>*

Площадки и аудитория школ

Число подписчиков в группах среднеобразовательных учреждений на апрель 2022 года составляет 6 млн. Это скромный показатель. Например, совокупное число подписчиков у Дмитрия Медведева, Павла Воли, Кати Клэп и Ольги Бузовой во «ВКонтакте» равняется чуть более чем семи миллионам. Да, впереди еще много работы.

7 > 6

млн подписчиков
у четырех блогеров
во «ВКонтакте»

млн подписчиков
в группах всех
школ



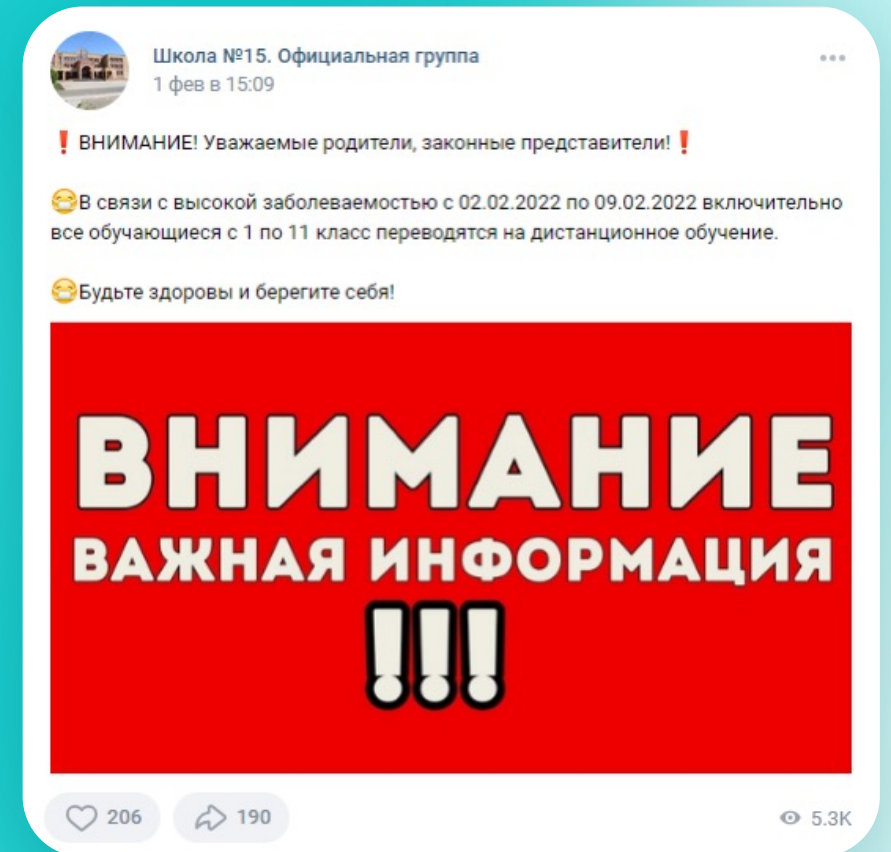
Продуманная контентная политика

Контентная политика – это смыслы и месседжи, которые госпаблик школы доносит до подписчиков

Основные принципы контентной политики:

- Основу контента должны составлять значимые и актуальные для целевой аудитории регулярные новости о работе школы, которые будут интересны школьникам, родителям и учителям. Взрослым и детям интересно узнавать о жизни учреждения, делиться успехами учеников
- Подавайте контент в информационном стиле, адаптируйте его для разных соцсетей
- Публикуйте содержательную и полезную для родителей или учеников информацию
- «Приземляйте» темы и посты к конкретным историям
- Создавайте уникальный контент в разных форматах: как информационный, так и развлекательный
- Запускайте собственные акции, социальные и имиджевые проекты

Пример поста школы №15 Удмуртской республики о важном изменении в режиме работы



https://vk.com/wall-101801640_8222

Контент-план – ключевой инструмент контентной политики

Контент-план (1) должен быть, и (2) 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 для школы

Дата	Рубрика	Тема	Формат	Ответственные	Статус
15.04, пт	Новости школы	Школа 639 на этой неделе	Ролик	Стас	Опубликован
18.04, пн	Прямой эфир с директором	Подготовка к ЕГЭ	Эфир	Гена	Опубликован
18.04, пн	Знакомство с классами	Представление 11В	Опрос	Стас, Гена	На согласовании
18.04, пн	Памятка	Что делать в случае пожарной тревоги	Инфографика	Гена, Саша	В отложке
19.04, вт	Региональная повестка	Визит губернатора в школу	Ролик	Стас	На согласовании
20.04, ср	Федеральная повестка	Вакцинировались ли вы от ковида?	Опрос	Стас	В отложке

Не забывать о федеральной повестке

Публикация новостей о работе школы — 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. Вот 6 тем, о которых нужно рассказывать в первую очередь.



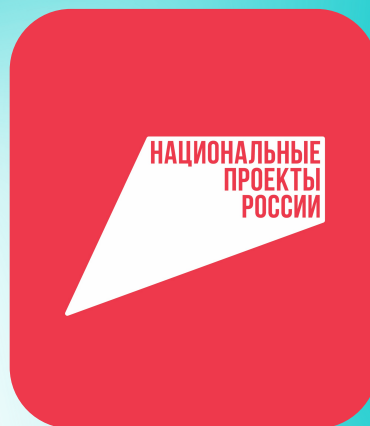
Решения Президента, Правительства, законы



Повестка губернатора и работа регионального правительства



Информационная поддержка политиков, общественников и их проектов



Реализация национальных проектов 2019-2024, региональных программ



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



Праздники, культурные и патриотические события

Рубрики помогают систематизировать контент

Темы и посты бывают разные, их всегда можно систематизировать через рубрики и рубрикатор.

Рубрики могут быть информационными и развлекательными. Для постоянных рубрик можно придумать хештеги. Посты потом будет легче найти.

Обязательно привлекайте учеников к производству контента и созданию новых рубрик!

Информационные рубрики

- Новости школы
- Объявления
- Опросы (в том числе на социально-значимые темы)
- Прямые эфиры с дирекцией школы, родителями, учениками или экспертами
- Повестка региона
- Федеральные темы (Президент, национальные проекты)

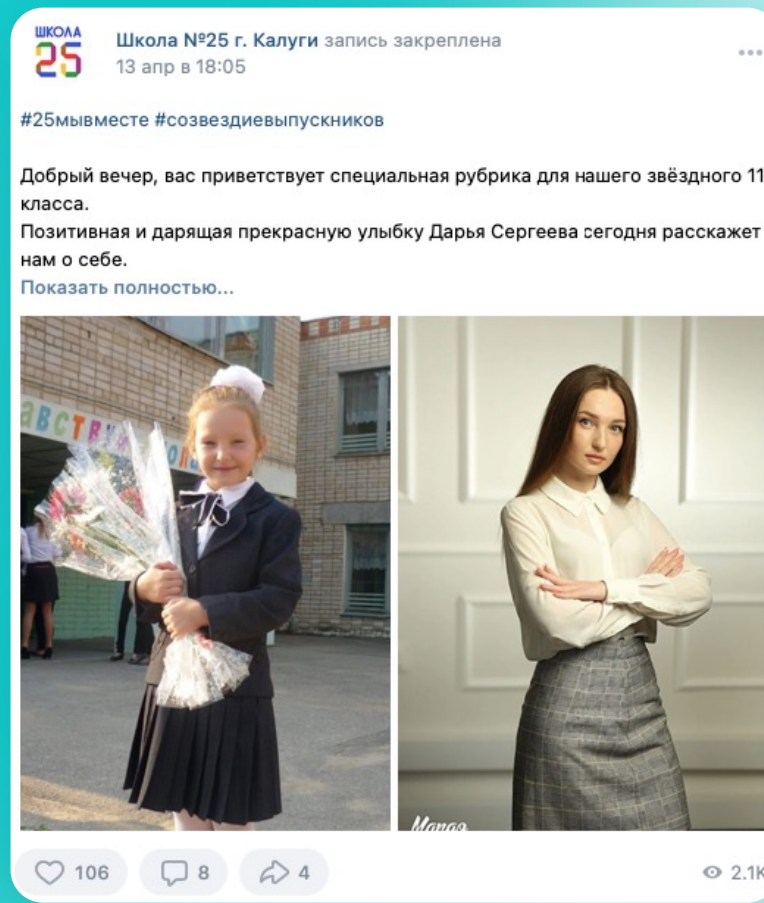
...

Развлекательные рубрики:

- День в истории: заметки об истории и событиях школы, региона
- Анонс мероприятий школы
- Интересный факт – познавательная рубрика для детей и взрослых
- Учителя рекомендуют – советы и рекомендации ученикам по подготовке к занятиям, ЕГЭ и т.д.
- В объективе: фотографии школы/ мероприятий/ учеников

...

Популярная рубрика про выпускников в школе Калуги



https://vk.com/wall-193377650_11945

«Новая искренность»

«Новой искренностью» называют способность представителей государственных учреждений проявлять открытость, человечность, быть (а не казаться!) близкими к людям

- Проявляйте заботу и эмпатию к учащимся и родителям
- Подчеркивайте близость не только к школьникам, но и к жителям в целом. Показывайте социальную и воспитательную роль школы, чаще демонстрируйте личное участие педагогов во всех школьных процессах
- Не зацикливайтесь на образовании, показывайте другие сферы жизни школы
- Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению учащихся и родителей

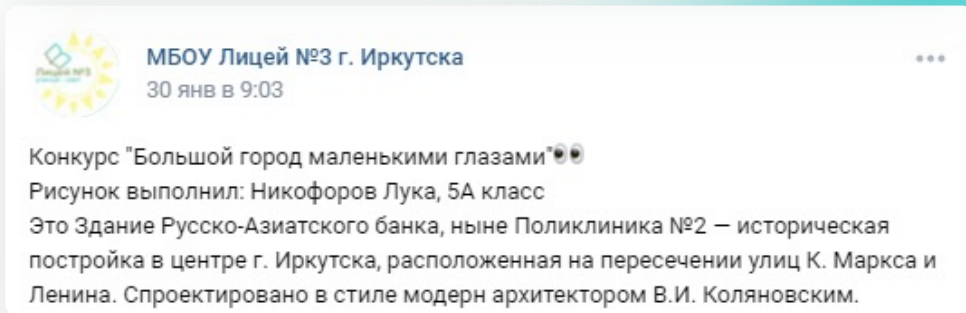
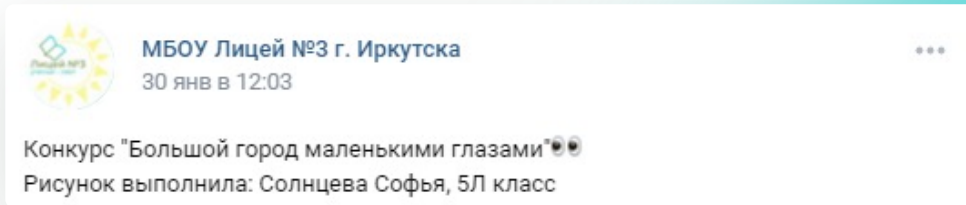
Школа Вологодской области проявляет бережное отношение к памяти о выпускниках



https://vk.com/wall-180545082_1923

Оптимальная периодичность публикаций

Официальная группа Лицея №3 г. Иркутска выдерживает хороший график публикаций



<https://vk.com/irklyceum3>

Как часто должны выходить посты?

Ваш госпаблик должен быть живым и активным. Публикуйте минимум 1-2 поста в день.

Делайте интервалы между постами: не менее часа.

Не позволяйте себе «провалы» в 1-2 дня без публикаций.

Выпускайте посты в актуальное для подписчиков время: перед работой/ учебой, в обеденный перерыв, вечером.

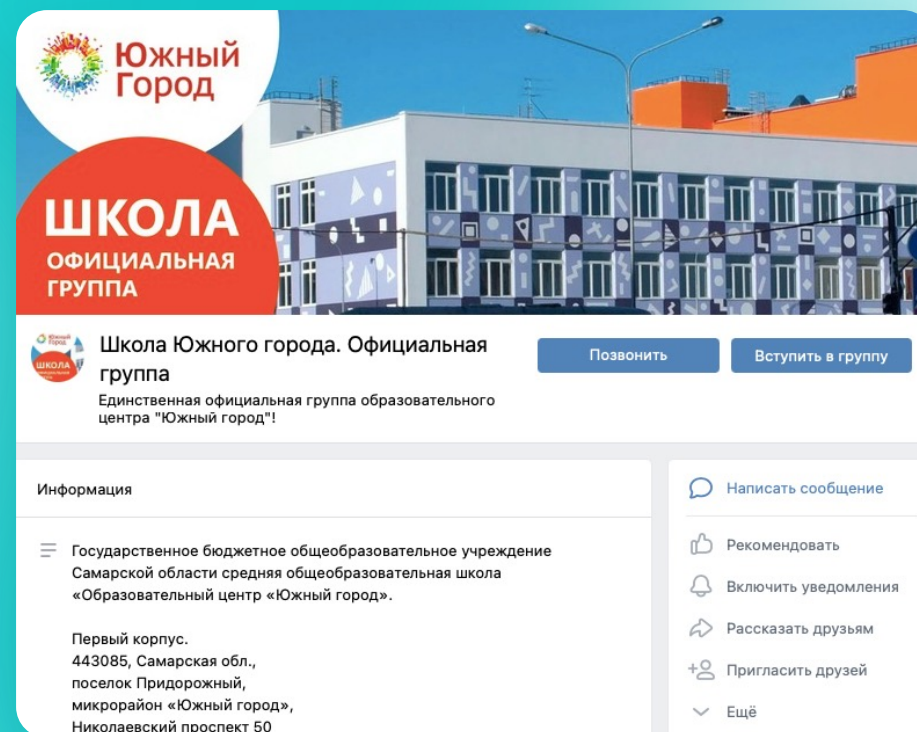
Но не стоит выпускать несколько постов подряд в течение часа (за исключением ЧС). Соцсети могут подумать, что вы спамер, и понизят охваты ваших постов.

Дизайн, оформление и навигация

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 «МОУ СОШ № 42», а «Средняя школа № 42»**
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- Не подписывайтесь со страницы администратора госпублика на непрофильные аккаунты и аккаунты с сомнительной репутацией
- «Диалог» разработал брендбук по оформлению госпубликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества — шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов — обратитесь к ЦУР вашего региона

Группа школы Южного города хорошо оформлена, основные разделы полностью заполнены



<https://vk.com/club138974389>

Верификация сообщества

Ваши паблики являются официальными информационными ресурсом образовательного учреждения. Вам необходимо подтвердить этот статус, верифицировать сообщества и получить «галочки» от соцсетей.

Верификация требует времени и определенных действий, но полностью окупает вложенные усилия. За помощью по верификации сообществ обратитесь в Центр управления регионом (ЦУР).

Зачем верифицировать сообщество?

- Выше позиция в поисковой выдаче => больше подписчиков
- Большой уровень доверия
- Дополнительная защита от злоумышленников и фейков
- Верифицированные сообщества во «ВКонтакте» могут отвечать на комментарии даже в тех группах, где стоят ограничения на ответы от сообществ. Верификация позволит полностью отказаться от использования личных страниц при ответе на обращения людей в «Инцидент Менеджменте» в этой соцсети

Сообщество Ильинской школы № 1 Пермского края верифицировано и высоко выдается в поиске



ИЛЬИНСКАЯ ШКОЛА № 1 ✓

"Человеческая жизнь начинается с того времени, когда человек делает то, что надо во имя общего блага"
©В.А.Сухомлинский

Перейти

Вступить в группу

Информация

Свежие новости



Уважаемые родители, педагоги и ребята, в любое время Вы можете писать сообщение в группу с любым интересующим Вас вопросом, а мы обязательно ответим Вам, в самые кратчайшие сроки!

[Показать полностью...](#)



+7 (34276) 9-15-60



<http://www.59431s002.edusite.ru/>



Закрыто · Откроется в 9:00



Ильинский, Ильинский

Все 2 адреса

<https://vk.com/school1ilin>

10 принципов качественного контента



1. Живой язык



2. Качественные видео



3. Качественные фото



4. Качественные инфографика и карточки



5. Интерактивные форматы



6. Работа с комментариями



7. Сторис



8. Прямые эфиры



9. Приземление повестки



10. Новые форматы

Самое главное в паблике – это контент.

10 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.

Принцип № 1 – ЖИВОЙ ЯЗЫК

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

Хороший текст в группе школы города Петрозаводска

Госпаблик МОУ "Гимназия №17"
6 апр в 20:47

👉 В Петрозаводске завершился первый марафон по безопасности "Знай. Умей. Действуй". В соревновании приняли участие 22 команды из 16 разных школ.

Начиная с января и заканчивая мартом, ребята из 8А класса участвовали в соревновании и в результате заняли 2 места! 🏆

В 1 туре марафона наша команда забрала победу и продемонстрировала отличные знания правил дорожного движения! 📍 Поздравляем нашу команду "Ура, Победа!".

Благодарим педагога-организатора ОБЖ Матвиенко Оксану Юрьевну за подготовку и сопровождение ребят! 👍

ДИПЛОМ ПОБЕДИТЕЛЯ
ВРУЧАЕТСЯ КОМАНДЕ
«УРА, ПОБЕДА!»
МОУ «ГИМНАЗИЯ № 17 ИМЕНИ П.О.КОРГАНА»
за 1 место в городском марафоне по безопасности
«Знай. Умей. Действуй»

ДИПЛОМ ПОБЕДИТЕЛЯ
1 ТУРА
ВРУЧАЕТСЯ КОМАНДЕ
«УРА, ПОБЕДА!»
МОУ «ГИМНАЗИЯ № 17 ИМЕНИ П.О.КОРГАНА»
в городском марафоне по безопасности
«Знай. Умей. Действуй»

14 1 1 511

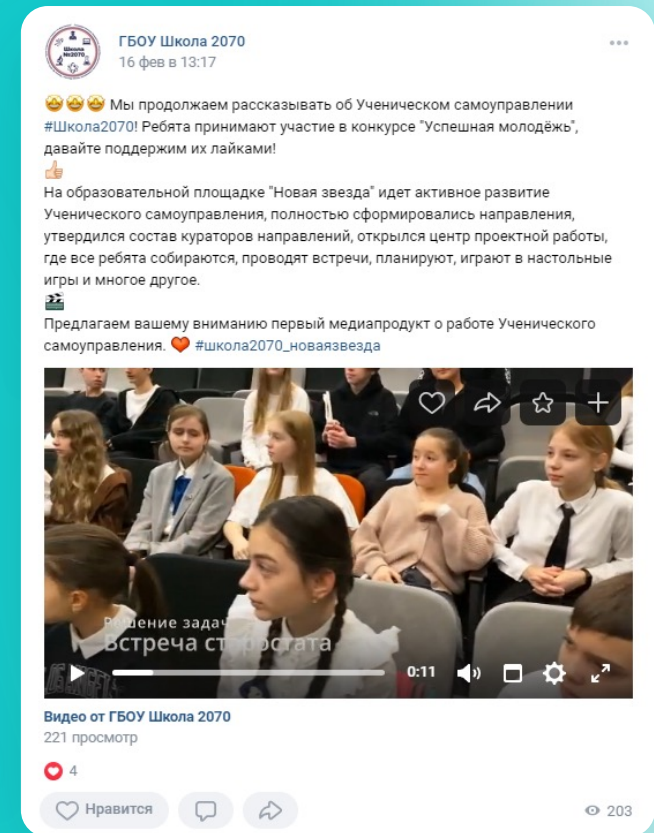
https://vk.com/wall-205953098_529

Принцип № 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 2022 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

Динамичный ролик о конкурсе «Успешная молодёжь» московской школы № 2070



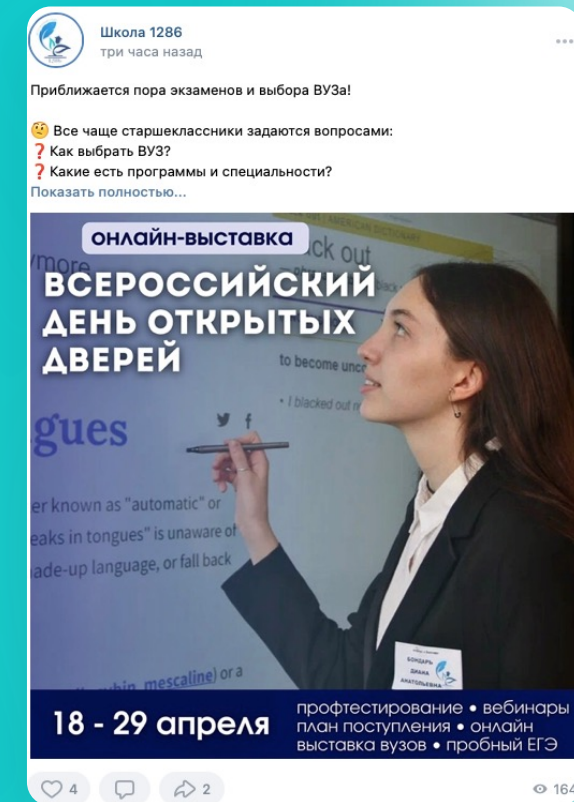
https://vk.com/wall-170893838_8767

Принцип № 3 – качественные фото

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

Пример живой фотографии с хорошим оформлением из московской школы



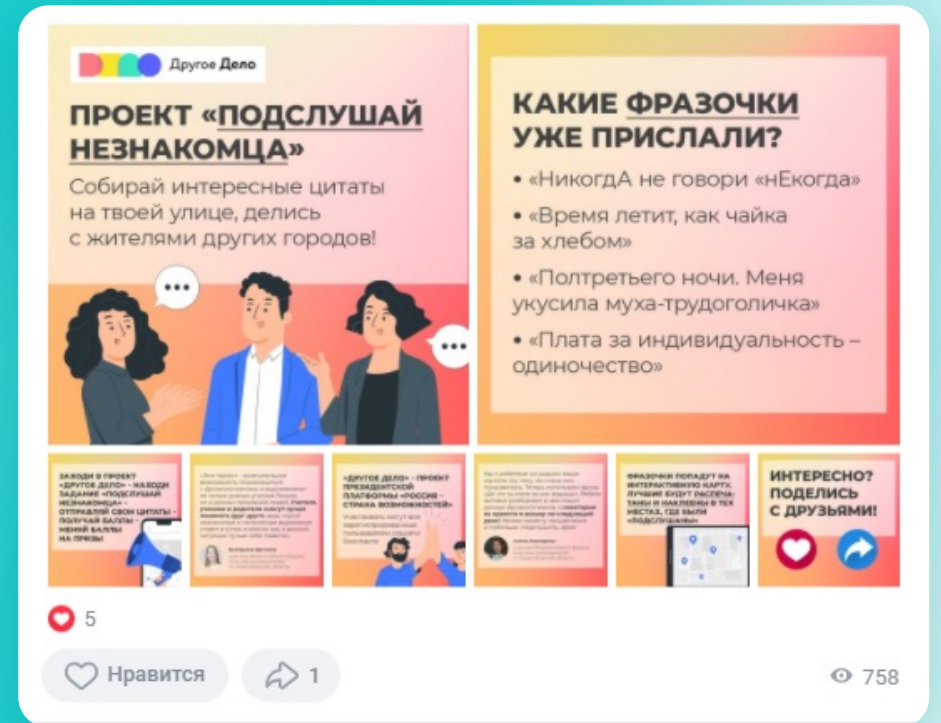
https://vk.com/wall-69010598_1623

Принцип № 4 – качественные 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](#)

Опрятные и аккуратные карточки проекта “Подслушай незнакомца”



https://vk.com/wall-133102922_3625

Принцип № 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

Голосование за лучшее фото из школы Калужской области

Школа №8 Калуга
16 фев в 11:39

👍 Безопасные Каникулы 🎉

Начинаем ГОЛОСОВАНИЕ за лучшее фото!

Напоминаем: надо было сделать фото на одну из тем:
! «Я в безопасности»
! «Мои безопасные каникулы»
! «Убедись в собственной безопасности»

Отдай свой голос за самую безопасную, креативную, веселую фотог...

✅ 1 этап голосования:
2 группы голосования, в финал выходят по 3 фотографии из каждой, которые наберут большее количество голосов до 18 февраля 12:00!

✅ 2 этап голосования:
В финальном голосовании определим лучшую фотографию из 6, кот...

🏆 ФИНАЛ голосования 21 февраля 12:00!

Фотографии тут 📄 https://vk.com/album-430761_282822481

P/S: учитываются голоса, только участников группы "Школа №8 Калу...

Лучшая фотография
Школа №8 Калуга
Переголосовать нельзя - публичный опрос - завершен

Гусев Андрей, (7А) · 22	17.6 %
Ухабов Павел, (1Б) · 17	13.6 %
Макаров Артём, (2Б) · 14	11.2 %
Ушакова Дарья, (6А) · 29	23.2 %
Зубов Андрей, (5А) · 27	21.6 %
Шерстюк Ярослав, (7А) · 16	12.8 %

👤👤👤 Проголосовали 125 человек

15
❤️ Нравится 5

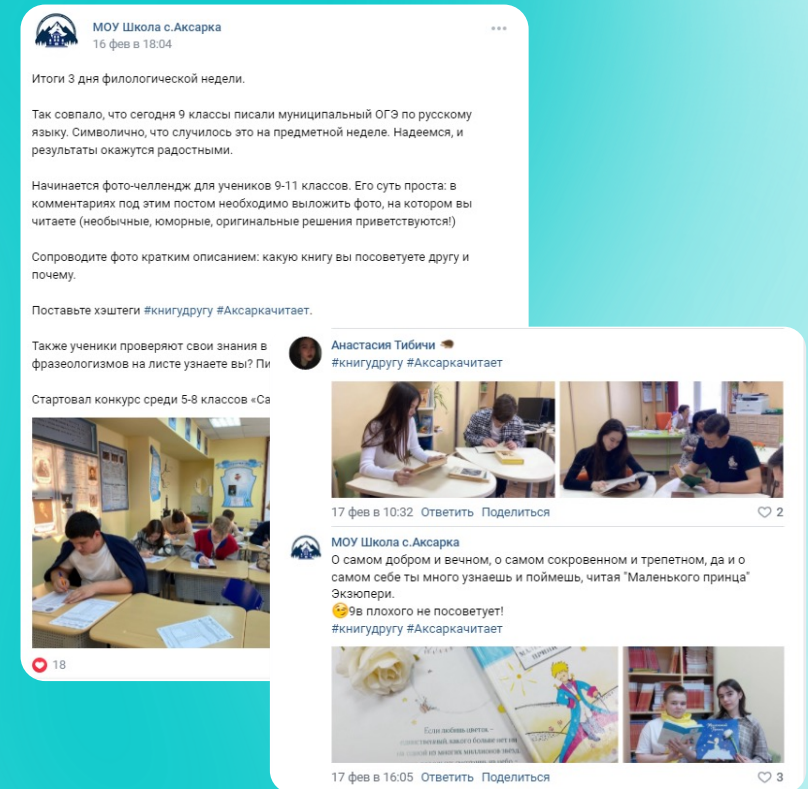
https://vk.com/wall-430761_1202

Принцип № 6 — работа с комментариями

Работа с комментариями — это работа с общественным мнением. [Вот хороший гайд, как ее нужно вести](#)

- Необходимо удалять сообщения с матом, оскорблениями от хейтеров и провокаторов, а также чистить спам и рекламу
- Настройте фильтр нецензурных выражений
- Ботов и провокаторов отправляйте в бан. Диалог с ними вести бесполезно
- Не пропускайте конструктивные комментарии о проблемах, обязательно давайте на них официальные ответы, благодарите пользователей за вовлеченность и равнодушие
- Не закрывайте комментарии. Исключениями являются ситуации, когда на группу идет атака ботов

В паблике школы села Аксарка поддерживают фоточеллендж



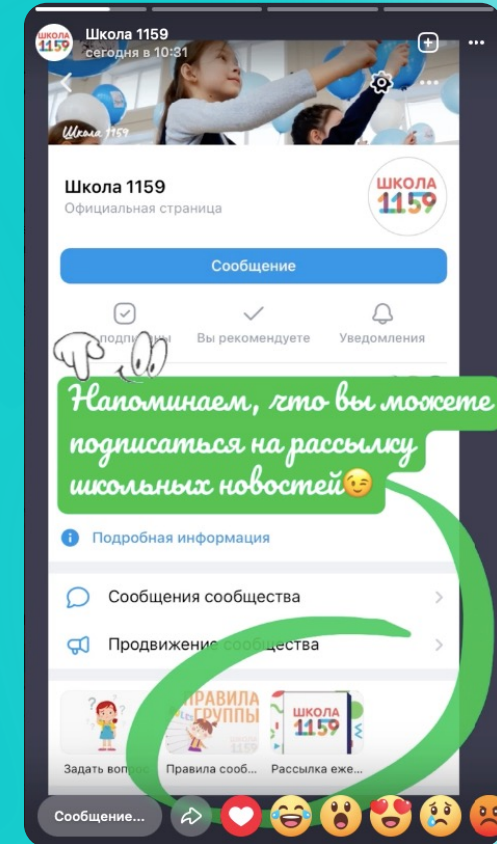
https://vk.com/wall-172372157_3791

Принцип № 7 – сторис

Сторис – это популярный формат, который нужно использовать по максимуму

- Делайте сторис 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 сторис, вопросы, тесты и другие «фишки»
- Сохраняйте главные сторис, распределяйте их по рубрикам, ставьте обложки

Аккуратное оформление сторис в одной из московских школ



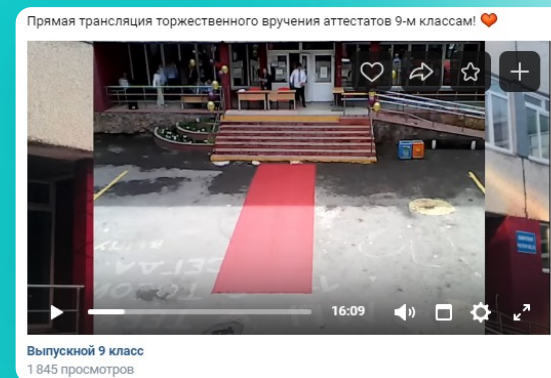
<https://vk.com/myschool1159>

Принцип № 8 – прямые эфиры

Прямые эфиры должностных лиц – тренд, который поддержал Президент

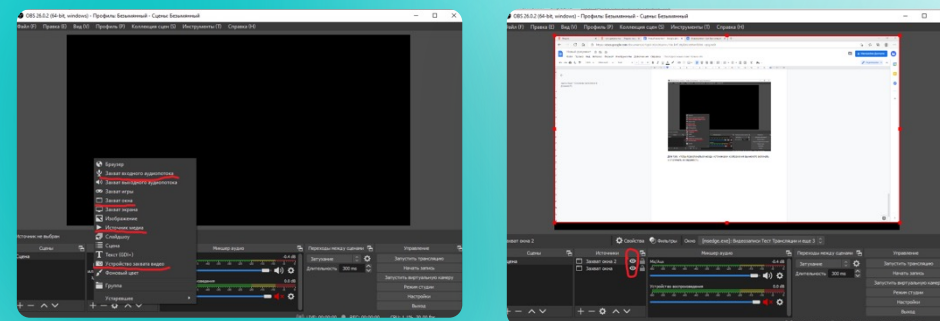
- В 2022 году прямые эфиры – обязательный формат коммуникации власти с людьми в соцсетях
- Устраивайте небольшие по длительности прямые эфиры с ответами на вопросы школьников и родителей во [«ВКонтакте»](#) и других соцсетях
- Приглашайте на эфиры дирекцию школы, представителей исполнительной власти, ЛОМов, экспертов из вузов и ссузов
- Важна регулярность: минимум раз в месяц
- За помощью в организации эфира обращайтесь в ЦУР вашего региона

Школа Екатеринбурга № 157 проводит прямые эфиры в своей группе



https://vk.com/wall-134855031_3720

Программа OBS Studio, через которую удобно запускать эфиры во «ВКонтакте»

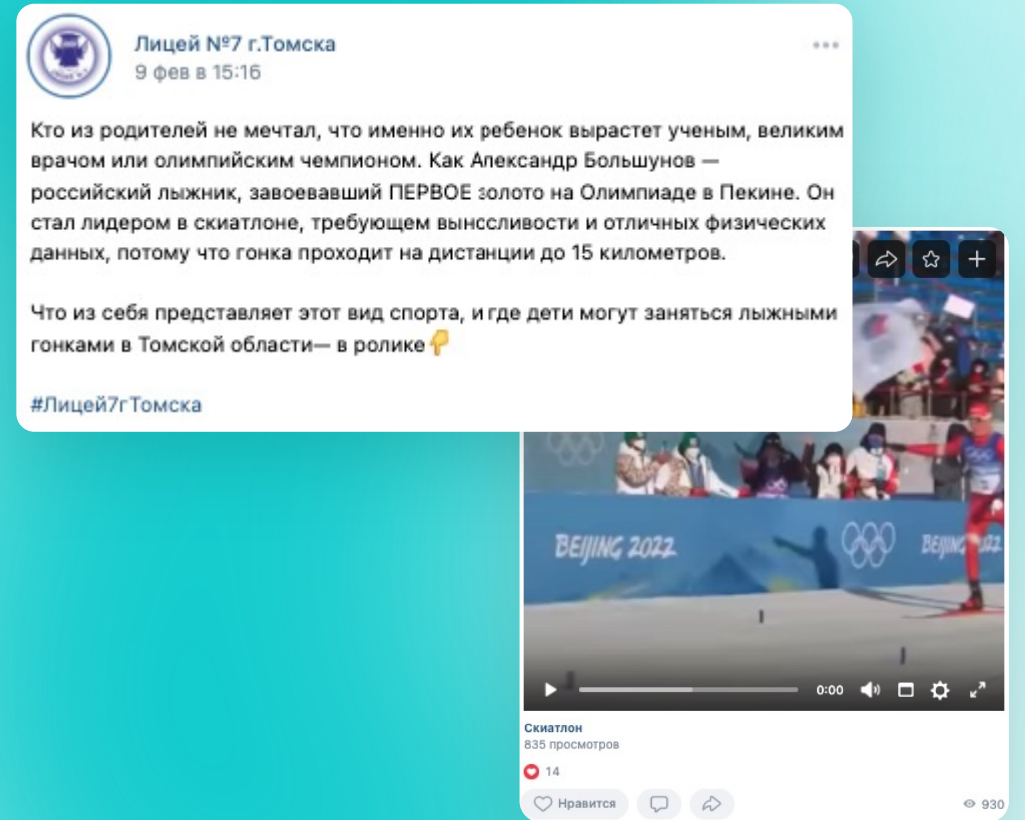


Принцип № 9 – приземление федеральной повестки

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

Тема олимпиады органично приземляется в паблике томской школы



https://vk.com/wall-975807_1014

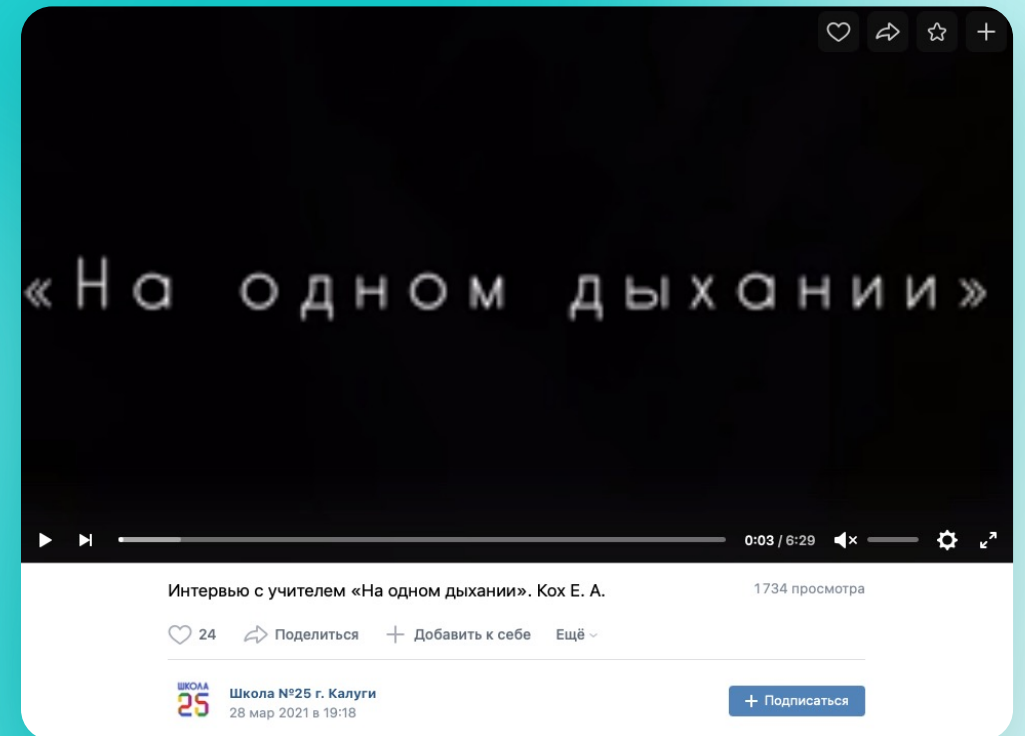
Принцип № 10 – новые форматы

Пользователи устают от постов с фото, информационных карточек и квадратных минутных видеороликов. Все форматы со временем приедаются и «выгорают».

Экспериментируйте и пробуйте новые форматы контента:

- Мемы
- Подкасты
- Программа
- Видеодайджест новостей
- Прямой эфир
- Вертикальные видео
- Видеоопросы людей
- Сюжет (репортаж)
- Интервью
- Собственные проекты

Калужская школа использует формат интервью и рассказывает о жизни и работе своих учителей



https://vk.com/video-193377650_456239580

Продвижение госпабликов. Правильные KPI

KPI переводится как «ключевые показатели эффективности». Это те количественные метрики, по которым можно судить, насколько хорошо ведется госпаблик.

Долгое время учитывалась только одна метрика – количество подписчиков. Но только подписчики не дают реальной картины. Более адекватные показатели – это:

- 1. Среднее количество просмотров поста в вашем паблике.** Охват дает понимание, как много людей смотрят ваши посты. Можно сложить цифры по 10 последним постам и вычислить средний показатель
- 2. Индекс одобрения контента.** Это отношение лайков (одобрительных реакций) к просмотрам. Этот показатель дает понять, насколько пользователям понравился тот или иной контент

Правильные KPI для развития госпаблика и шкала значений индекса одобрения

Количество просмотров

$$\text{Индекс одобрения контента} = \frac{\text{лайки}}{\text{просмотры}} * 100\%$$

Шкала значений индекса одобрения

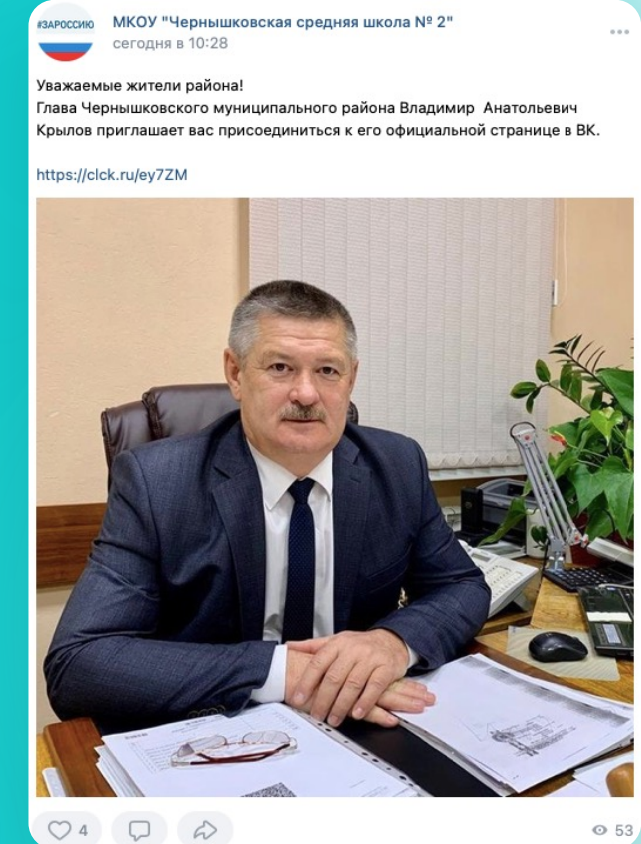
ТОП	выше 2%
Зеленая зона	от 1% до 1,99%
Желтая зона	от 0,5% до 0,99%
Оранжевая зона	от 0,3% до 0,49%
Красная зона	от 0% до 0,29%

Инструменты продвижения

Стремитесь к тому, чтобы на ваш паблик подписывались не только те, кто учатся сейчас, но и их родители, выпускники прошлых лет

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

Пример того, как школа может сотрудничать с владельцами других страниц



https://vk.com/wall-123476854_1470

Гострафик для продвижения госпабликов

Гострафик – уникальный инструмент продвижения госпабликов

Таргет позволяет показать публикации вашей группы пользователям в ленте новостей соцсети вне зависимости от того, подписаны они на сообщество или нет.

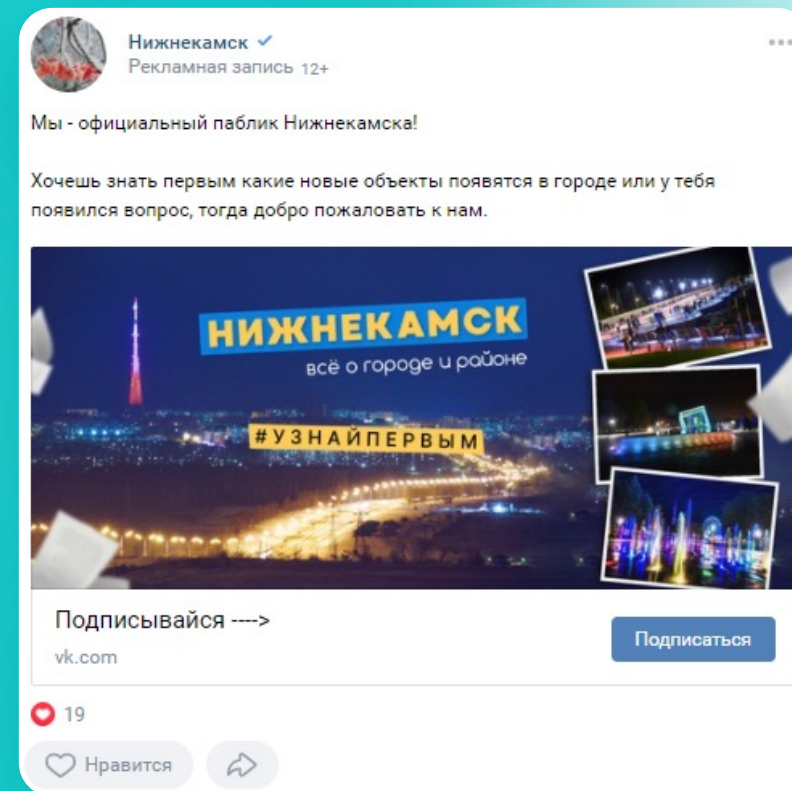
Кроме того, обратитесь с запросом на рекламное продвижение в ЦУР – коллеги смогут помочь вам, когда для этого у ЦУР будет возможность.

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

Пример рекламы госпаблика в Республике Татарстан. Результат: 442 подписки



https://vk.com/wall-165623367_18631

Как обезопасить аккаунты?

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

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

Для каждой социальной сети придумайте отдельный сложный пароль

Не рекомендуем:

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

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.

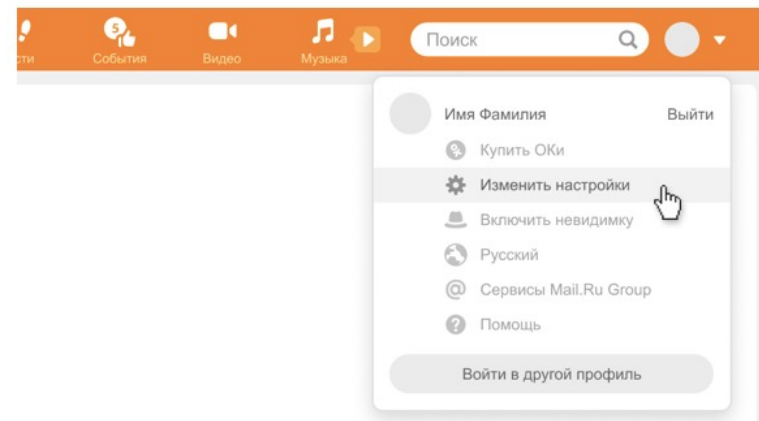
Что такое двойная защита? Как её включить?

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»?

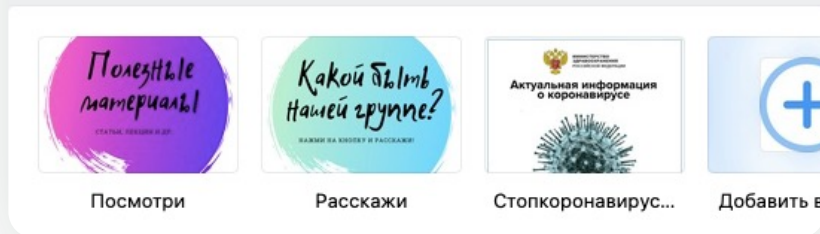
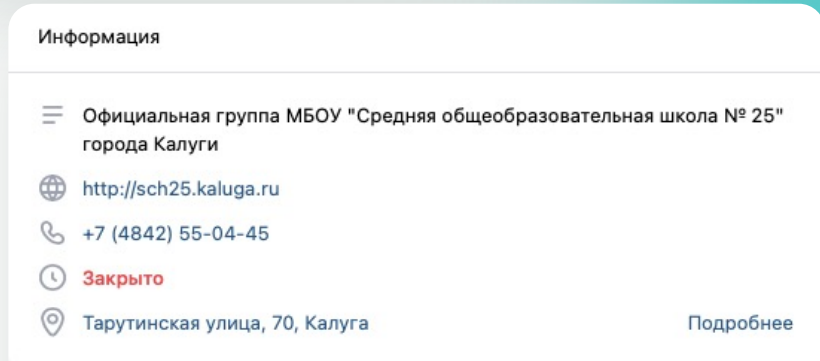
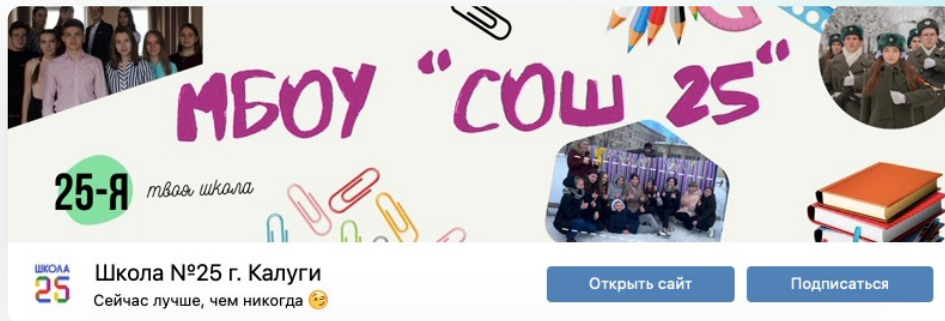
- нажмите на миниатюру вашей главной фотографии в правом верхнем углу;
- в появившемся меню выберите пункт **«Изменить настройки»**;



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

Примеры крутых госпабликов

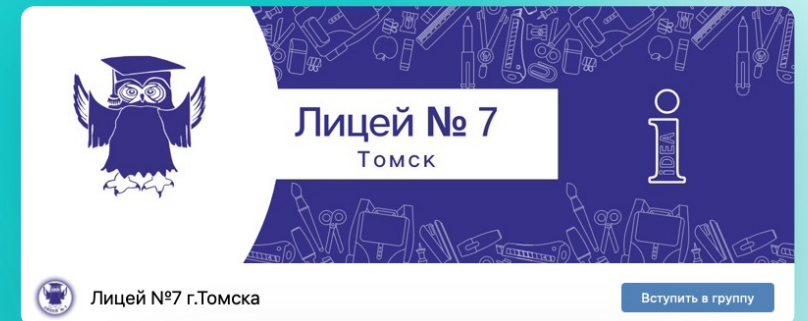
Калужская школа на постоянной основе информирует подписчиков о новостях



https://vk.com/school25_klg

Томская школа выпускает посты в едином стиле

Отсканируйте QR-код и посмотрите [группы школ](#), на которые можно ориентироваться



<https://vk.com/club9758077>

Канал про лучшие кейсы госпабликов в Telegram

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



В канале открыты комментарии к постам. Делитесь своими наблюдениями, мнениями, оставляйте обратную связь