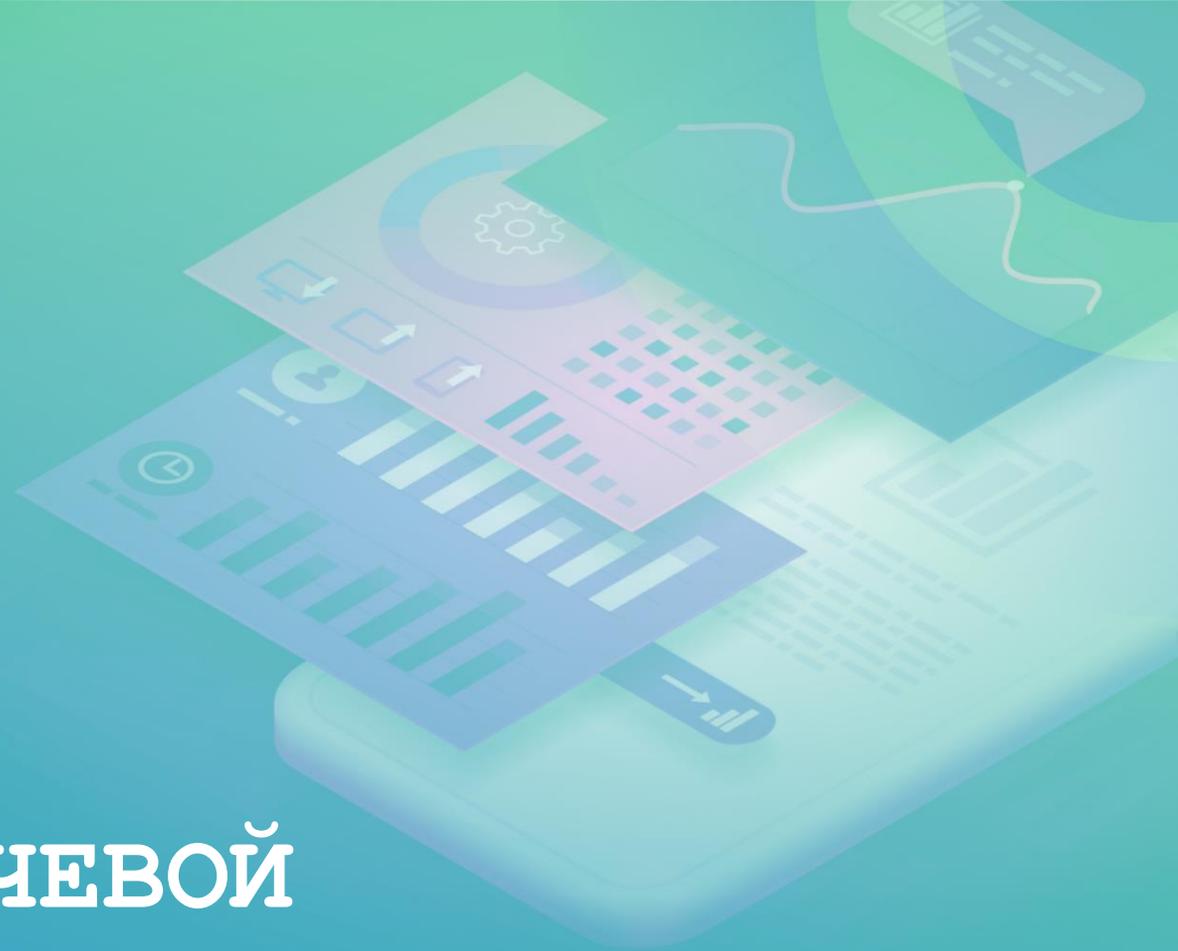




Центр  
Управления  
Регионом  
Курская область



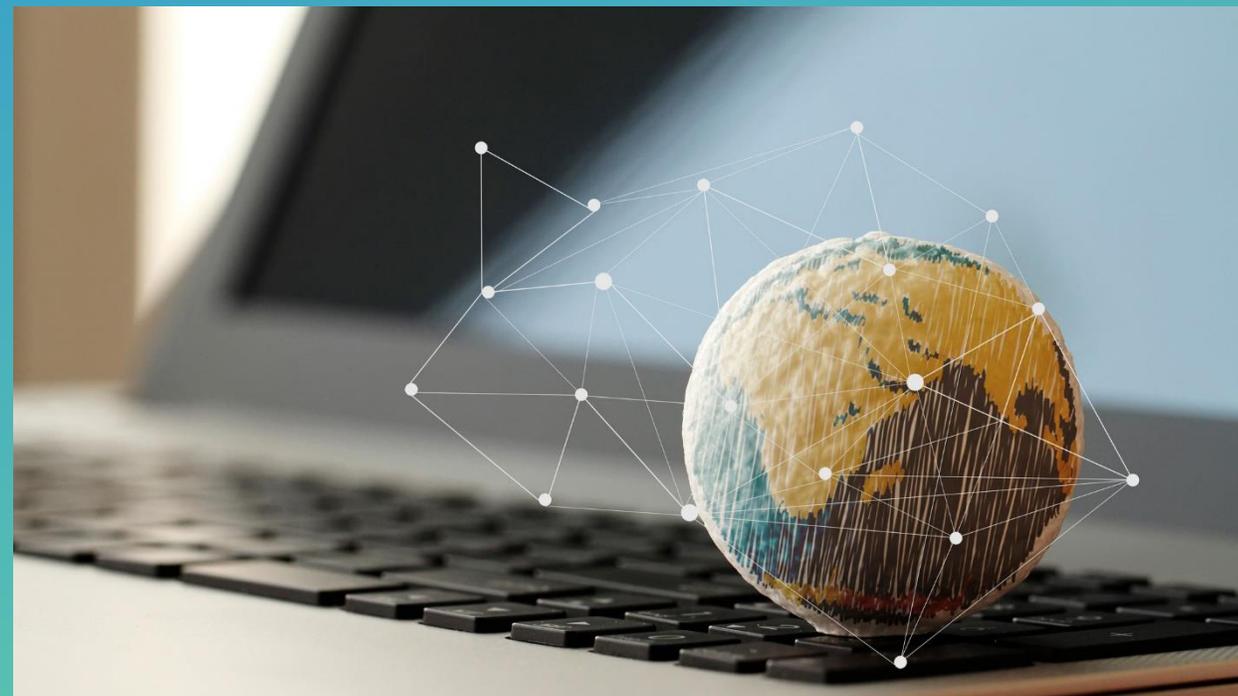
# ГОСПАБЛИКИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ ПРИСУТСТВИЯ ВЛАСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

# БАЗОВЫЕ ОСНОВЫ КОММУНИКАЦИИ С ОБЩЕСТВОМ

# СТАТИСТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА И СОЦСЕТЕЙ

К 2022 общая численность населения России составила **145,9** миллиона человек, из которых **129,8** миллионов являются интернет-пользователями.

В январе 2022 года в России насчитывалось **106** миллионов пользователей социальных сетей, что эквивалентно **72,7%** общей численности населения (важно отметить это на **7,1%** больше прошлого года)



# СТАТИСТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СОЦСЕТЕЙ

Изменения в медиапотреблении после февраля 2022 года

## СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

ВКонтакте

TIKTOK

TELEGRAM

ODNOKLASSNIKI

INSTAGRAM\*

FACEBOOK\*

50

40

30

20

10

0

АВГ.21  
СЕН.21  
ОКТ.21  
НОЯ.21  
ДЕК.21  
ЯНВ.22  
ФЕВ.22  
МАР.22  
АПР.22  
МАЙ.22  
ИЮН.22  
ИЮЛ.22  
АВГ.22

АВГ.21  
СЕН.21  
ОКТ.21  
НОЯ.21  
ДЕК.21  
ЯНВ.22  
ФЕВ.22  
МАР.22  
АПР.22  
МАЙ.22  
ИЮН.22  
ИЮЛ.22  
АВГ.22

АВГ.21  
СЕН.21  
ОКТ.21  
НОЯ.21  
ДЕК.21  
ЯНВ.22  
ФЕВ.22  
МАР.22  
АПР.22  
МАЙ.22  
ИЮН.22  
ИЮЛ.22  
АВГ.22

АВГ.21  
СЕН.21  
ОКТ.21  
НОЯ.21  
ДЕК.21  
ЯНВ.22  
ФЕВ.22  
МАР.22  
АПР.22  
МАЙ.22  
ИЮН.22  
ИЮЛ.22  
АВГ.22

АВГ.21  
СЕН.21  
ОКТ.21  
НОЯ.21  
ДЕК.21  
ЯНВ.22  
ФЕВ.22  
МАР.22  
АПР.22  
МАЙ.22  
ИЮН.22  
ИЮЛ.22  
АВГ.22

АВГ.21  
СЕН.21  
ОКТ.21  
НОЯ.21  
ДЕК.21  
ЯНВ.22  
ФЕВ.22  
МАР.22  
АПР.22  
МАЙ.22  
ИЮН.22  
ИЮЛ.22  
АВГ.22

MEDIASCOPE CROSS WEB, ВСЯ РОССИЯ, НАСЕЛЕНИЕ 12+, DESKTOP&MOBILE

СРЕДНЕСУТОЧНЫЙ ОХВАТ, % НАСЕЛЕНИЯ

\*ПРИНАДЛЕЖАТ КОМПАНИИ МЕТА (ПРИЗНАНА ЭКСТРЕМИСТСКОЙ И ЗАПРЕЩЕНА В РФ)

# СТАТИСТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТА И СОЦСЕТЕЙ В КУРСКОЙ ОБЛАСТИ

Куряне – активные пользователи соцсетей. По состоянию на ноябрь 2022 года в регионе насчитывается:

- «ВКонтакте» - **406 000** пользователей
- «Одноклассники» – **157 000** пользователей.

К системе «Госпаблики» подключено **1502** региональных паблика, из них:

- «ВКонтакте» - **1 264** сообщество
- «Одноклассники» - **149** сообществ.



# СОЦСЕТИ В КУРСКОЙ ОБЛАСТИ: РЕЙТИНГ, ПОПУЛЯРНОСТЬ

Согласно оценкам Brand Analytics, по итогам октября 2022 года в регионе насчитывалось **282 202** активных автора в социальных медиа. Из них **225 985** автора – аудитория соцсети «ВКонтакте».

Наиболее динамичный рост в 2022 году продемонстрировал мессенджер Telegram. Аудитория популярных региональных каналов увеличилась в 5-7 раз.



«Курский Бомонд» – самый популярный Telegram-канал Курской области



Официальный Telegram-канал губернатора Курской области Романа Старовойта

# БАЗОВЫЕ ПРАВИЛА ВЕДЕНИЯ СТРАНИЦ

# ПРИНЦИПЫ ВЕДЕНИЯ СОЦСЕТЕЙ

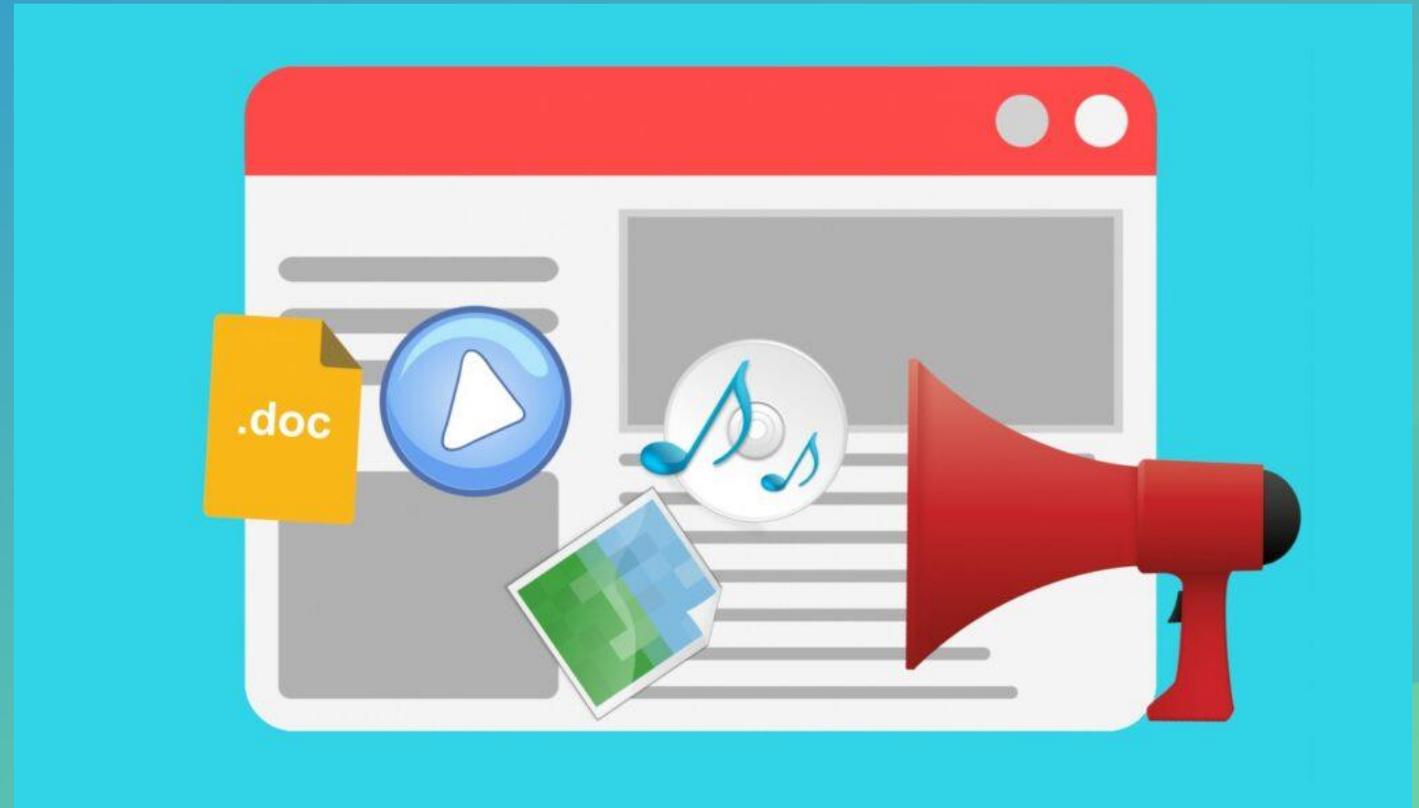
## Основные принципы:

- Новая искренность
- Работа через контент-план
- Включение федеральной повестки
- Использование рубрик
- Брендирование паблика
- Верификация



# ПРИНЦИПЫ 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



# ИНФОПОВОД И МЕССЕДЖ

**Инфоповод** - это актуальное событие, требующее отработки в медиаресурсах с помощью разнообразных форм контента.

## НЕ ИНФОПОВОД:

1. Событие, которое прошло давно (инфоповод «протух»)
2. Событие, не связанное с деятельностью структуры
3. Тема, не «приземлённая» на конкретную площадку паблика

**Фактура инфоповода** – факты о событии: участники, дата проведения, цель и результаты

## Месседж

Ключевая мысль поста. То, что сформирует у читателя итоговые впечатления от увиденного/прочитанного.



## Пост-пример:

**Инфоповод:** состоялся выездной приём граждан

**Месседж:** уделили внимание оказанию соцподдержки семьям мобилизованных

# НОВАЯ ИСКРЕННОСТЬ. ЖИВОЙ ЯЗЫК

# ЧТО ТАКОЕ «НОВАЯ ИСКРЕННОСТЬ»

**«Новой искренностью»** политологи называют способность политиков и власти в целом проявлять открытость, человечность, быть (а не казаться!) близкими к людям

## Основные принципы реализации концепции «новой искренности»:

1. Проявляйте заботу и эмпатию к людям, признавайте проблемы
2. Подчеркивайте близость к жителям. Показывайте личное общение чиновников с людьми, работу не в кабинетах, а «на земле», рассказывайте о встречах, приемах граждан, неформальном общении
3. Избегайте проявлений демонстративного потребления, роскоши; подчеркивайте мысль, что чиновник — такой же гражданин
4. Будьте открыты и не уходите от диалога, прислушивайтесь к мнению жителей



# ПЕРВЫЙ ПРИНЦИП – ЖИВОЙ ЯЗЫК

Чем больше текст, тем меньше людей его прочитают.

Максимум — три небольших абзаца

Обязательно разделяйте текст на абзацы, структурируйте его.

Например, с помощью списков

Можно использовать эмодзи, но не более 3-5 в одном посте

Не используйте длинные предложения и сложные обороты. Забудьте причастия и деепричастия

## Классный текст из Воронежской области о том, как пожарные спасают людей



Новоусман  
из пожара

Администрация Новоусманского района ✓  
30 июня 2021 в 14:04

Подписаться

Они простые, нескладные, по большей части, деревенские мужики. Их никогда не снимут на обложки глянцевого журнала, они никогда не будут моделями для календарей.

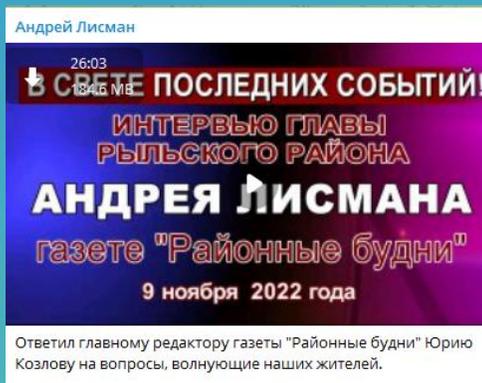
Они не носят трико, заправленное в трусы, как супергерои.

Да и героями они себя не считают.

Но именно они вчера в Новой Усмани на Порт-Артурской вытащили 3 детей и 94-летнюю бабушку из горящего дома.

# ПРИНЦИПЫ «НОВОЙ ИСКРЕННОСТИ»

- **Живой язык**  
Пишите просто (без канцеляризмов и указаний пунктов НПА)
- **Используйте обороты, понятные вашей аудитории (нет сложным оборотам)**
- **Используйте живые фотографии**
- **Добавьте видеоконтент, где вы сами выступаете операторами**
- **Помните, что уместный юмор и образный язык — залог интереса аудитории**



Ольга Германова. От первого лица  
На заседании Комитета Государственной Думы по культуре подняла вопрос о доработке законопроекта, касающегося внесения изменений в ст. 52.1 73-ФЗ (законом определён перечень юридических лиц, которым объекты культурного наследия (ОКН) предоставляются в безвозмездное пользование).

Изменениями предлагается предоставлять ОКН всем государственным и муниципальным учреждениям, а не только учреждениям культуры, науки, образования, как это определено сейчас.

Правительство РФ законопроект в представленной редакции не поддержало.

Мы все понимаем, что если открыть широкий доступ для муниципальных и госучреждений к пользованию ОКН на безвозмездной основе, то бюджеты всех уровней получат серьезные выпадающие доходы, поскольку сдача в аренду данных объектов приносит ощутимую прибыль.

Вместе с тем сама идея "расширить перечень" заслуживает внимания.



В поселке Теткино отремонтировали участки дорог по улицам Ленина и Бочарникова. В порядок привели почти километр дорожного полотна, благоустроена также территория перед почтой, магазинами, администрацией поселка.

Ремонт осуществили работники Глушковского ДРСУ-5.

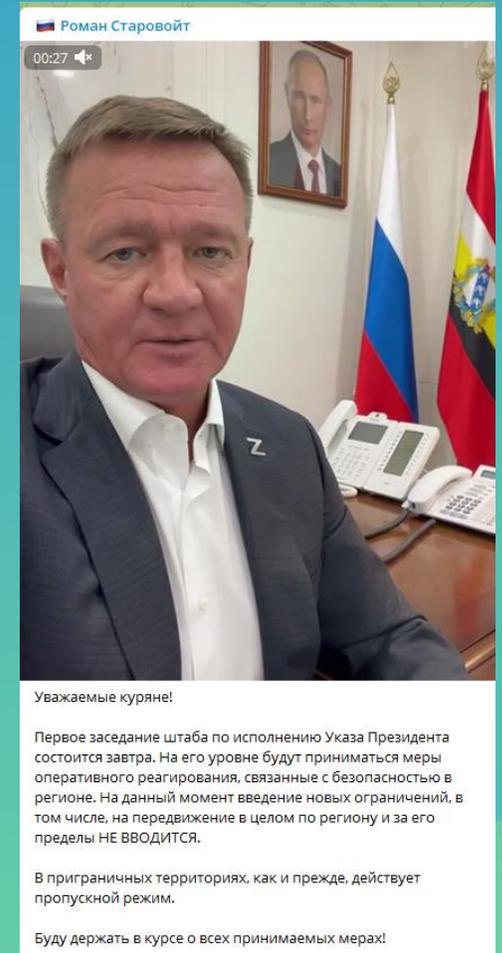
Благодарю Губернатора Курской области Романа Владимировича Старовойта за дополнительное финансирование ремонтных работ, за внимание к проблемам жителей приграничных населенных пунктов.

К слову сказать, буквально на днях был начат ремонт участка дороги в Попово-Лежачах. Скоро и здесь будет уложено новое асфальтное покрытие.

- **-Используйте обороты, понятные вашей аудитории (нет сложным оборотам)**

- **Живой язык**  
- Пишите просто (без канцеляризмов и указаний пунктов НПА)

- **Используйте живые фотографии**



- **Добавьте видеоконтент, где вы сами выступаете операторами**

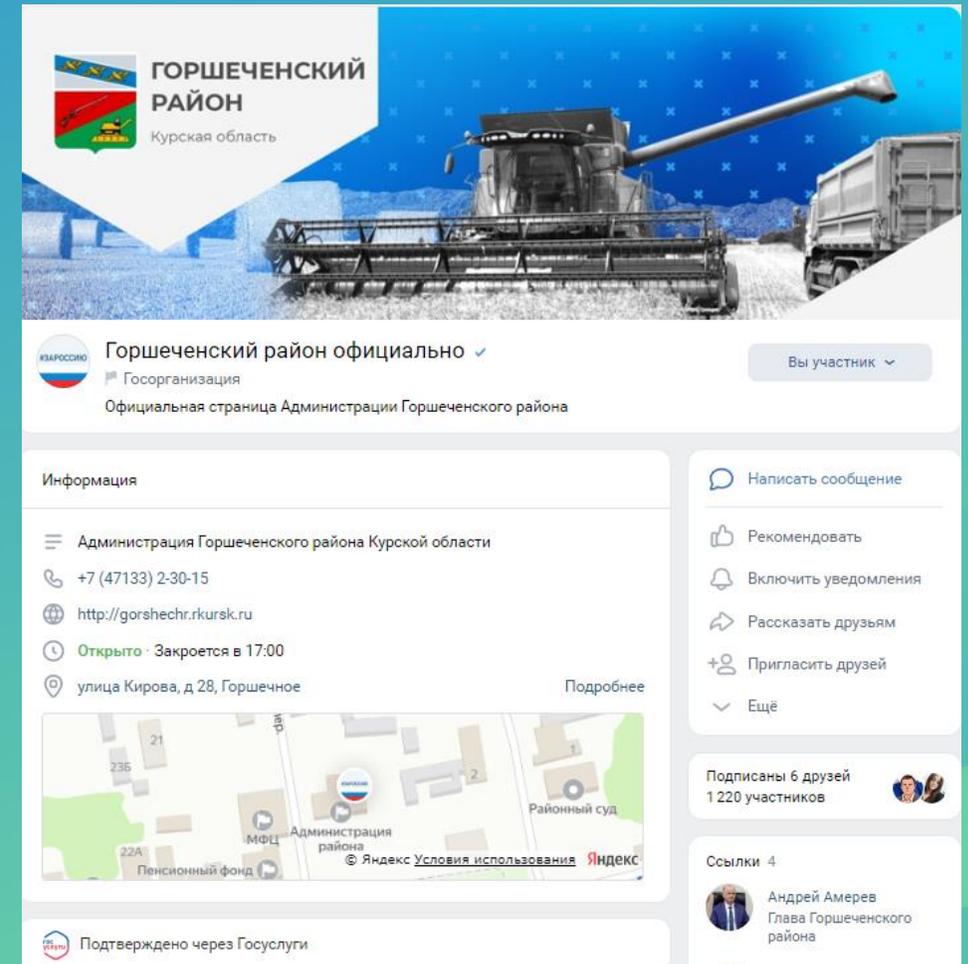
# БРЕНДИРОВАНИЕ. ТИПЫ КОНТЕНТА

# БРЕНДИРОВАНИЕ

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

## Основные принципы брендинга:

- Заполните информацию о сообществе в шапке; поделитесь адресом и контактной информацией.
- Постепенно заполняйте все разделы: видео, фото, ссылки, контакты
- Не подписывайтесь со страницы госпаблика на непрофильные аккаунты и аккаунты с сомнительной репутацией
- «Диалог» разработал брендбук по оформлению госпабликов. Чтобы получить помощь в оформлении сообщества — шаблоны обложки, логотипа, постов и графических элементов — обратитесь к ЦУР вашего региона



# ТИПЫ КОНТЕНТА В СОЦСЕТЯХ

Марина Дегтярева - Глава Кореневого района  
Отдел ЗАГС Администрации Кореневого района сообщает, что за 10 месяцев 2022 года в Коренево районе зарегистрировано рождение 73 детей (37 мальчиков, 36 девочек). Больше всего детей родилось у матерей в возрастной группе от 23 до 28 лет.

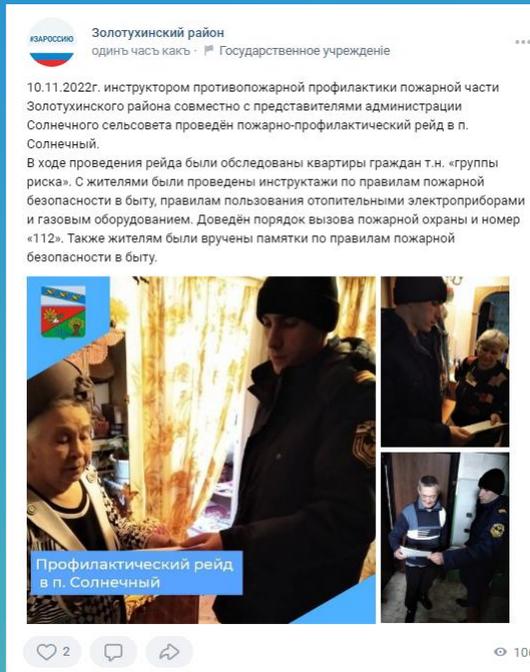
Также за прошедший период больше всего родилось первых по счету в семье детей (первенцев у матери) 30 малышей, из них наибольшее количество родилось у матерей в возрасте до 25 лет.

Вторых и третьих по счету детей в семье (по 18 малышей) больше всего родилось у матерей в возрасте от 30 до 34 лет, а третьих, четвертых и последующих детей больше всего рождается у мам в возрасте от 35 до 39 лет.

При регистрации рождения детей не зависимо от того какой ребенок родился по счету в семье отделом ЗАГС Администрации Кореневого района от имени Губернатора Курской области Старовойта Р.В. (Постановление от 31.01.2020 года № 85-па) вручается подарочный набор для новорожденного.

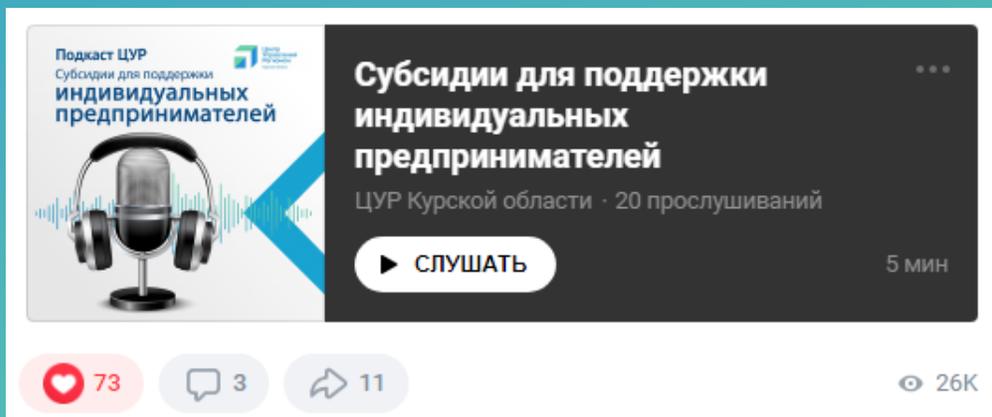
В Курской области уже сейчас возможно зарегистрировать рождение ребенка на основании цифровых свидетельств о рождении в рамках электронного суперсервиса «Рождение ребенка».

54 15:46

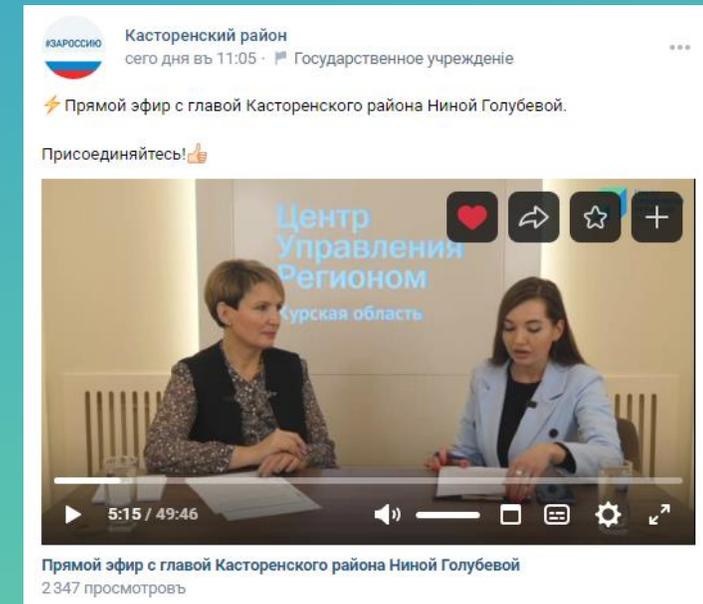


**Фото и графика: актуальный формат для всех соцсетей, необходимо следить за качеством**

**Текст: особенно актуален для Telegram**



- **Аудио:** формат подкастов особенно хорош для ёмких тем, на которые можно рассуждать. Характерен для Яндекс, ВК



- Актуальный формат для всех соцсетей. Есть свои особенности в ТГ, ВК, популярен формат клипов

# КАЧЕСТВЕННЫЕ ФОТО

- ❑ Делайте живые фото: яркие и качественные снимки с необычных ракурсов, эмоциональные кадры
- ❑ Стремитесь к тому, чтобы все посты в вашей ленте были проиллюстрированы
- ❑ 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 кадры рукопожатий и заседаний, то лучше сделать инфографику

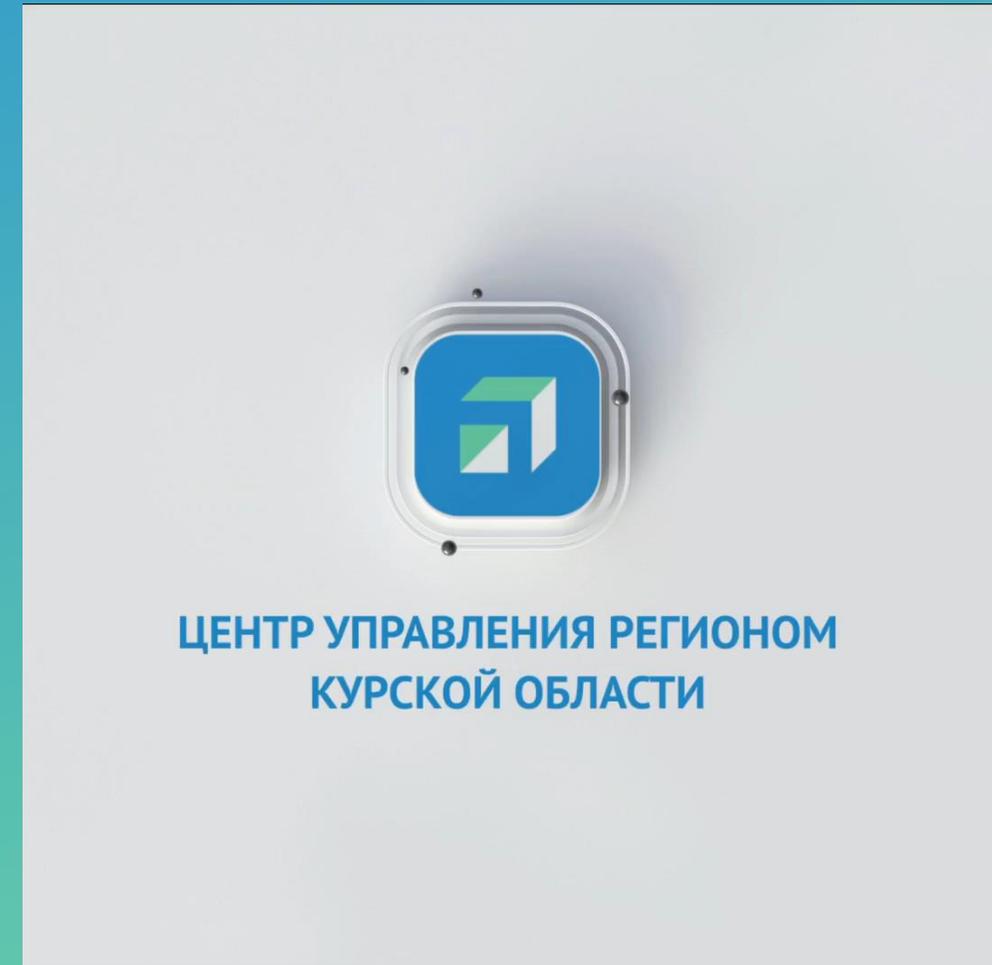


# КАЧЕСТВЕННОЕ ВИДЕО

**Видео** – главный формат контента, большая часть трафика приходится на видео, его охотнее смотрят и лайкают

## Основные тезисы:

- Титры (читаемость, размер)
- Качественный видеоряд (правило третей, ровный горизонт)
- Понятный месседж (смысл видео, то, о чем хотите сказать)
- Продолжительность (адекватная продолжительность, до 1 минуты)



# ПРИЗЕМЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ ПОВЕСТКИ

# «ПРИЗЕМЛЕНИЕ» ПОВЕСТКИ

6 тем, о которых нужно рассказывать:

- ❑ Решения Президента, Правительства, законы
- ❑ Повестка губернатора, работа регионального правительства
- ❑ Информационная поддержка общественников, политиков и их проектов
- ❑ Реализация нацпроектов
- ❑ Поводы для гордости: героизм, успехи в спорте, науке, благотворительность
- ❑ Праздники, культурные и патриотические события



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

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

# РЕШЕНИЯ ПРЕЗИДЕНТА, ПРАВИТЕЛЬСТВА, ЗАКОНЫ

- ❑ Добавить региональную фактуру
- ❑ По возможности – добавить районную фактуру (если размещение планируется в паблике района)
- ❑ Добавить комментарий представителя региона (это может быть как лидер общественного мнения, так и простой житель)
- ❑ В заголовке – региональная фактура
- ❑ Акцент – на социально значимой составляющей

Вход

Написать

12+

Газета Поньковского района Курской области. Выходит с 1935 года

ГЛАВНАЯ РЕКЛАМА ПОДПИСКА НОВОСТИ ОТКРЫТЫЕ ДАННЫЕ КОНТАКТЫ

Новости В Курской области готовят национальный военно-исторический туристический маршрут

## В Курской области готовят национальный военно-исторический туристический маршрут

Десять проектов в сфере туризма стали обладателями правительственной премии 2020 года, которую вручил заместитель Председателя Правительства Дмитрий Чернышенко.

За вклад в развитие туризма в России вице-премьер наградила 21 лауреата – авторов 10 проектов в сфере туризма. Среди победителей проекты по развитию исторического и гастрономического туризма, туризма для людей с ограниченными возможностями, а также проекты с акцентом на новые интерактивные форматы для детских и семейных путешествий. Например, интерактивный туристско-развлекательный парк «Лес чудес» в «Резиденции Кыш-Бабая и Кар-Кызы» это первый интерактивный туристско-развлекательный парк, где представлена концепция экофантези. А «Гастрономическая карта России» направлена на объединение тысячи шеф-поваров, рестораторов, отельеров, фермеров, производителей и авторов гастрономических проектов в регионах России. На развитие своих идей авторы и коллективы проектов-победителей получат по миллиону рублей.

— На соискание правительственной премии в области туризма в этом году было представлено около 130 заявок со всей России. Отмечу, что это в два раза больше, чем годом ранее, — отметил Дмитрий Чернышенко. — Все проекты нацелены на создание востребованного туристического продукта для разных категорий граждан. По итогам экспертной работы были определены 10 лучших заявок от авторских коллективов. В них удачно сочетаются новаторство и экономическая целесообразность.

Кроме того, вице-премьер подчеркнул, что лауреаты премии задают высокую планку и определяют ключевые тренды внутреннего туризма. Правительство будет и впредь поддерживать такие инициативы.

— Несмотря на сложности, с которыми регионы сталкиваются при развитии внутреннего и въездного туризма, эта сфера, благодаря государственной политике, успешно развивается, — отмечает председатель комитета по культуре Курской области Юлия Полетыкина. — В нашем регионе появились такие туристические направления как военно-патриотический, этнографический и детский туризм. Особенно любимы и жителями Курской области и её гостями наши брендовые маршруты «Соловьиный край» и «По Северному фасу Курской дуги», к 80-летию Победы в Курской битве совместно с коллегами из Белгорода мы готовим национальный военно-исторический маршрут. Однозначно могу сказать, что туризм – это работа командная.

Президентская инициатива

Главное меню

- Новости региона
- Положение о закупках
- АПК
- Происшествия
- Спрашивали? Отвечаем
- Разъясняет специалист
- Власть и общество
- О людях
- Поздравления
- Культура
- Здоровье
- Спорт
- Образование
- Уроки православия
- Память
- Разное
- Президентская инициатива
- Портал госуслуг
- Прокуратура разъясняет

# ПОВЕСТКА ГУБЕРНАТОРА, РАБОТА РЕГИОНАЛЬНОГО ПРАВИТЕЛЬСТВА

- ❑ Акцент – на социально значимой для ЖИТЕЛЕЙ РАЙОНА информации
- ❑ Обязательное включение основных меседжей изначального инфоповода
- ❑ Включение в текст комментариев представителей ОМСУ/РОИВ



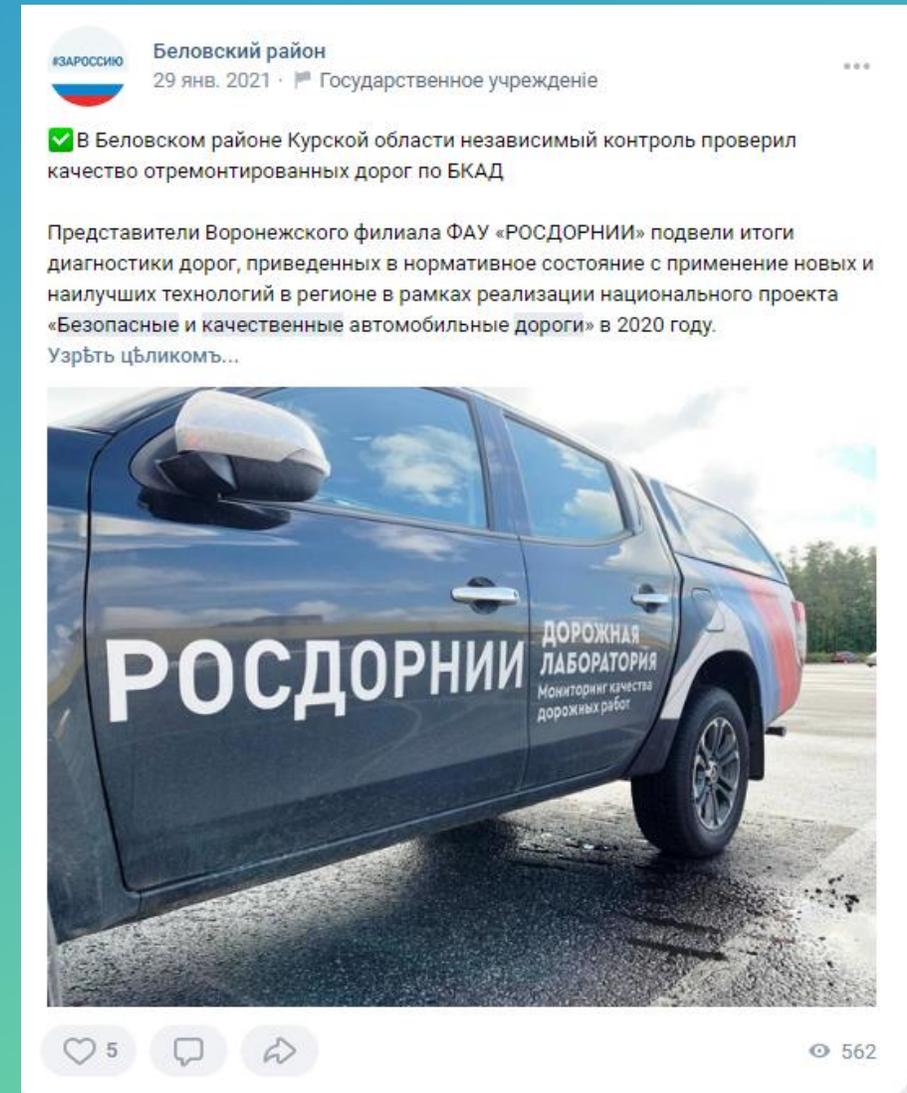
# ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ОБЩЕСТВЕННИКОВ, ПОЛИТИКОВ И ИХ ПРОЕКТОВ

- ❑ Включение социально значимой для ЖИТЕЛЕЙ РАЙОНА информации
- ❑ Акцент – на уже реализованных проектах
- ❑ По возможности – указание как поучаствовать в проекте и чем это будет полезно
- ❑ Репосты в неофициальные паблики – приветствуются



# РЕАЛИЗАЦИЯ НАЦПРОЕКТОВ

- ❑ Указание общей информации о проекте – в **КОНЦЕ** текста
- ❑ Акцент – на видимых результатах
- ❑ Указание планов на ближайшее будущее
- ❑ Указание сроков проведения работ и их завершения



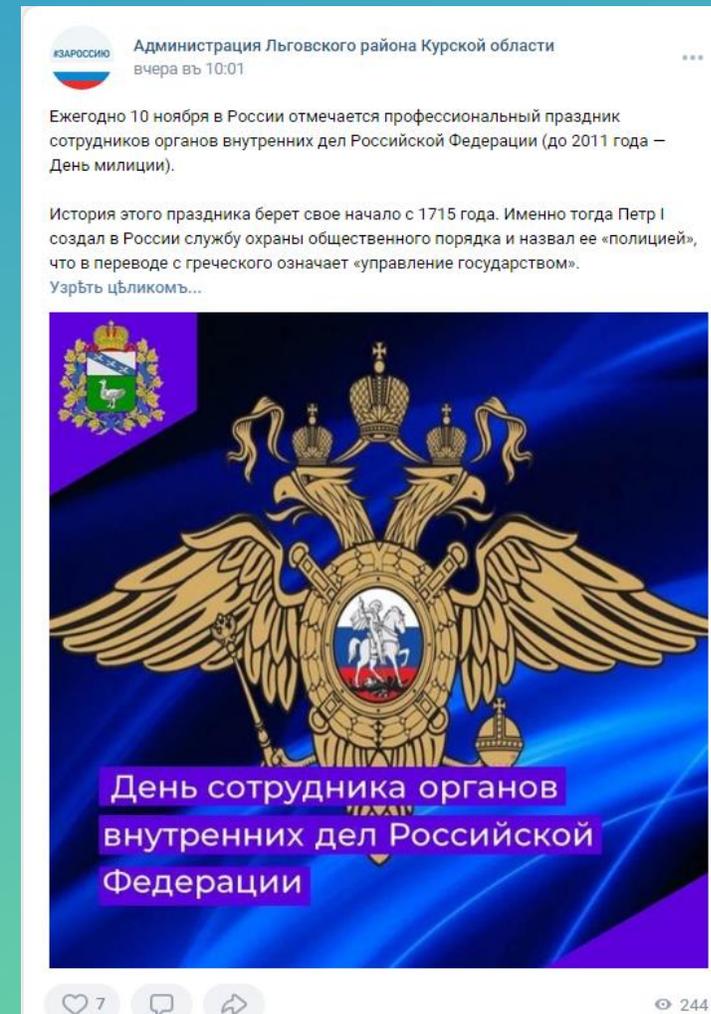
# ПОВОДЫ ДЛЯ ГОРДОСТИ: ГЕРОИЗМ, УСПЕХИ В СПОРТЕ, НАУКЕ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ

- Важная тема для освещения
- Вызывает интерес и положительные эмоции у читателей
- При возможности, указать, как другие люди могут приобщиться к этим сферам



# ПРАЗДНИКИ, КУЛЬТУРНЫЕ И ПАТРИОТИЧЕСКИЕ СОБЫТИЯ

- ❑ Заранее внести в медиа и контент-план
- ❑ Включить в контент ключевые месседжи
- ❑ Подготовить графический контент – сопровождение к тексту
- ❑ С подобными инфоповодами нельзя перебарщивать (не более 1 в день)



# КАК С НИМИ РАБОТАТЬ

## Способы привлечения блогеров и ЛОМов:

- ❑ Размещение
- ❑ Упоминание у блогера/ЛОМа/в паблике
- ❑ Блог-туры
- ❑ Приглашения на мероприятия для освещения (на «особых условиях» участия)
- ❑ Участие в прямых эфирах

