



Федеральная служба по надзору в сфере
природопользования

Правила работы в социальных сетях территориальных управлений и подведомственных учреждений Росприроднадзора

Пресс-служба Росприроднадзора
2022 г.

Росприроднадзор – служба, обращенная к человеку

Цель работы в соцсетях - реализация принципов, предусмотренных Концепцией открытости Федеральных органов исполнительной власти, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации №93-р от 30 января 2014г.

Задача – расширение информационного присутствия, усиление влияния Росприроднадзора на информационную повестку. Отобразить службу в сознании получателя информационного продукта как сообщество высококлассных специалистов – защитников природы, к которым можно обратиться за помощью.

Целевые аудитории:

- граждане Российской Федерации,
- органы государственной, региональной, муниципальной власти,
- экспертное сообщество, лидеры общественного мнения регионов,
- СМИ, журналисты, блогеры, пишущие на экологические темы,
- бизнес-сообщество,
- сотрудники Росприроднадзора.



Росприроднадзор
пресс-служба



Анализ работы в соцсетях (на 31.01.2022)

32 территориальных управления + 7 учреждений ЦЛАТИ

17
работают
активно

8
работают
нерегулярно

14 не
присутствую
т



Работа в социальных сетях

17
работают
активно

Активны в Инстаграм

| | |
|---|---|
| Волжско-Камское МУ Росприроднадзора | МУ по Нижегородской области и Республике Мордовия |
| МУ по Ростовской области и Республике Калмыкия | МУ по Иркутской области и Байкальской природной территории |
| Северо-Кавказское МУ | Северо-Западное МУ |
| Сибирское МУ (+ВК) | Уральское МУ Росприроднадзора |
| Центрально-Черноземное МУ | Южное МУ Росприроднадзора |
| Южно-Уральское МУ (03.2021 – 10.2021 перерыв) | |
| ЦЛАТИ по ПФО | ЦЛАТИ по СЗФО |
| ЦЛАТИ по СФО | ЦЛАТИ по ЮФО |
| ЦЛАТИ по ЦФО | ЦЛАТИ по УрФО |

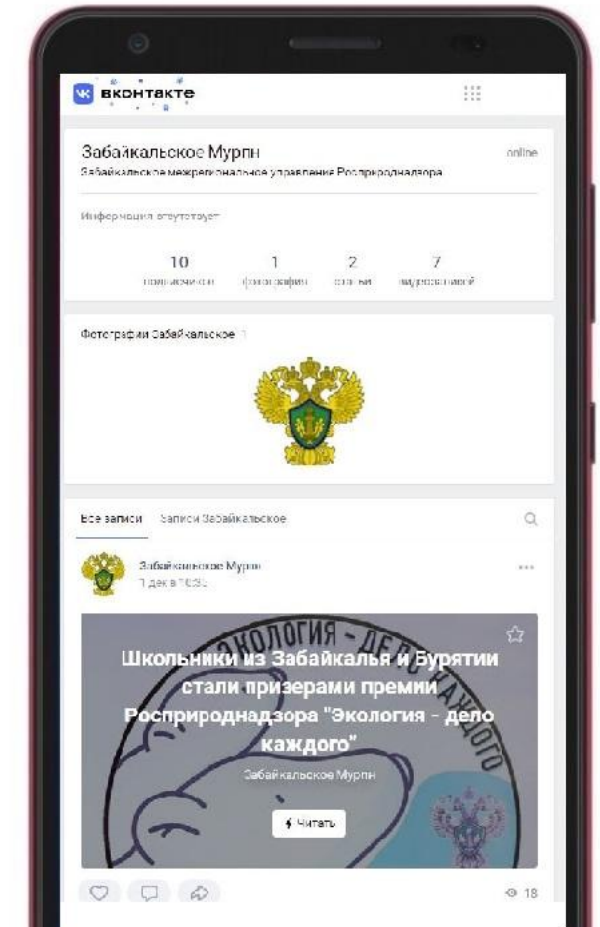
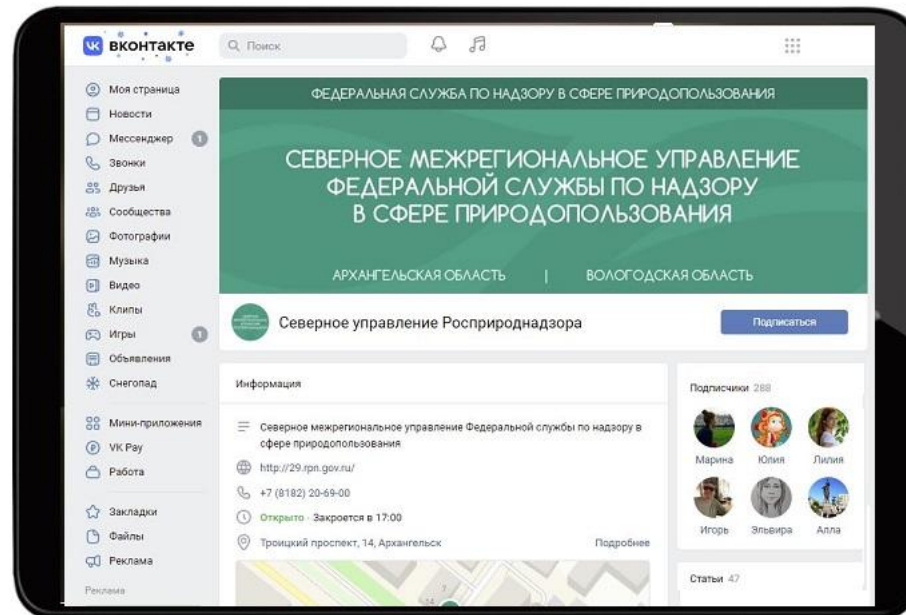
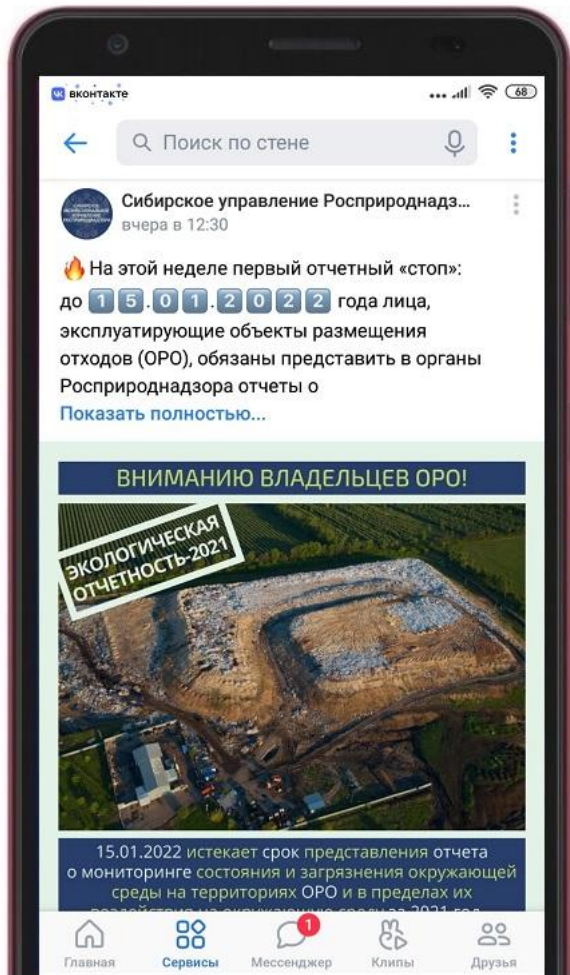
8
работают
нерегулярно

- Приокское МУ Росприроднадзора
- МУ Росприроднадзора по Самарской и Ульяновской областям
- Дальневосточное МУ Росприроднадзора
- Управление Росприроднадзора по Республике Саха (Якутия)
- Северное МУ, есть аккаунт в ВК
- Южно-Сибирское МУ Росприроднадзора
- МУ Росприроднадзора по Ивановской и Владимирской областям
- МУ Росприроднадзора по г. Москве и Калужской области



Работа ВКОНТАКТЕ

- Забайкальское МУ Росприроднадзора
- МУ Росприроднадзора по г. Москве и Калужской области
- Северное МУ Росприроднадзора
- Сибирское МУ Росприроднадзора

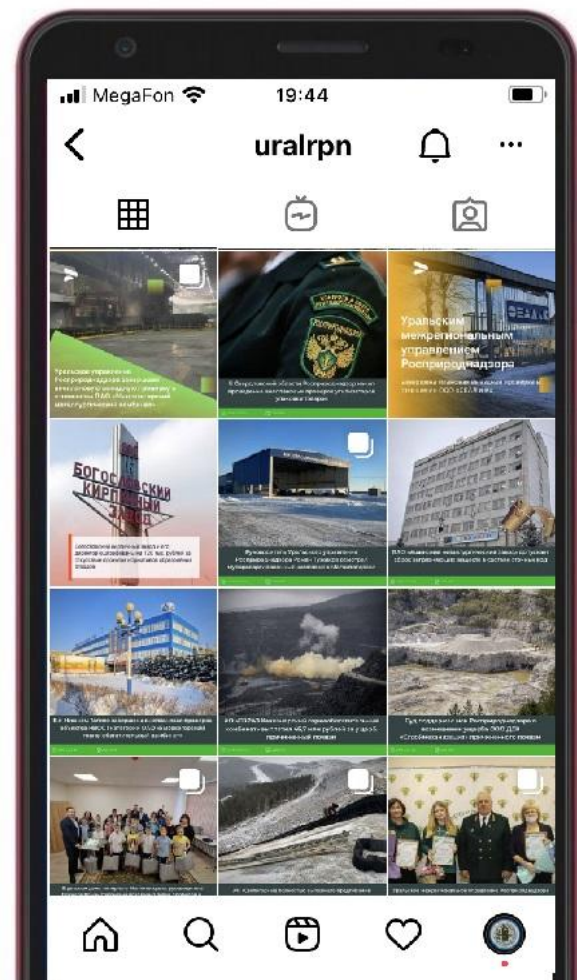


Росприроднадзор
пресс-служба

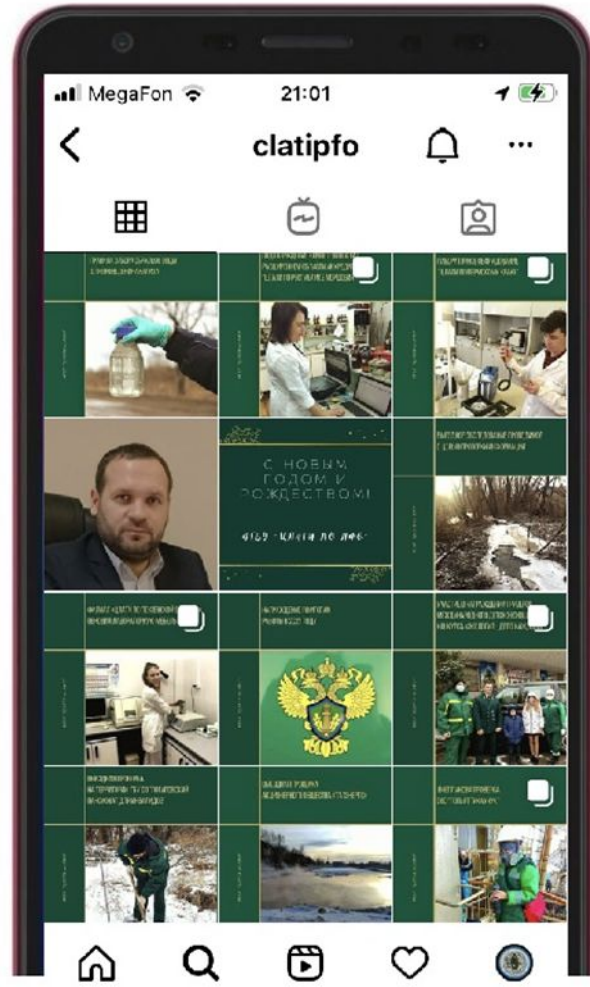


НАИБОЛЕЕ АКТИВНЫЕ в декабре 2021 г.

Уральское МУ – 34 поста



ЦЛАТИ по ПФО – 29



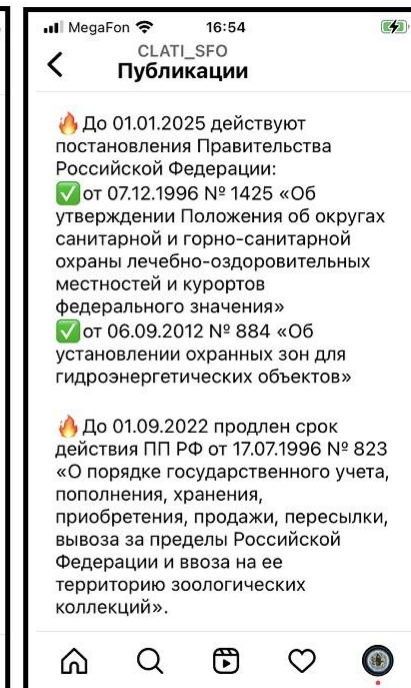
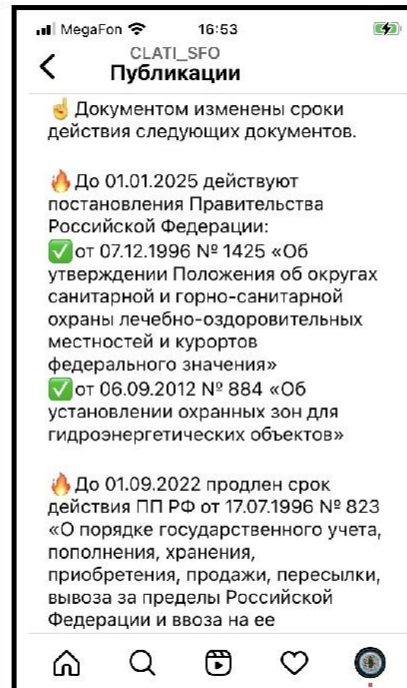
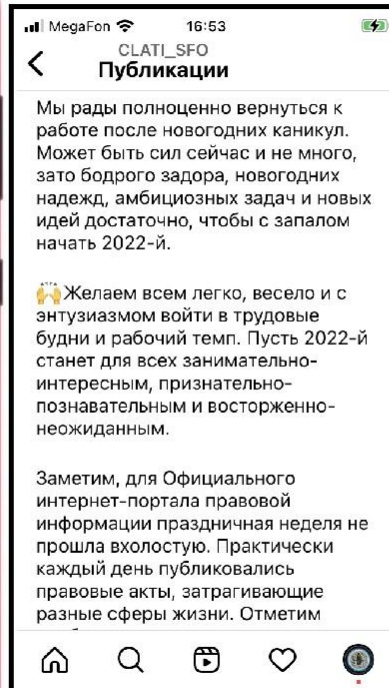
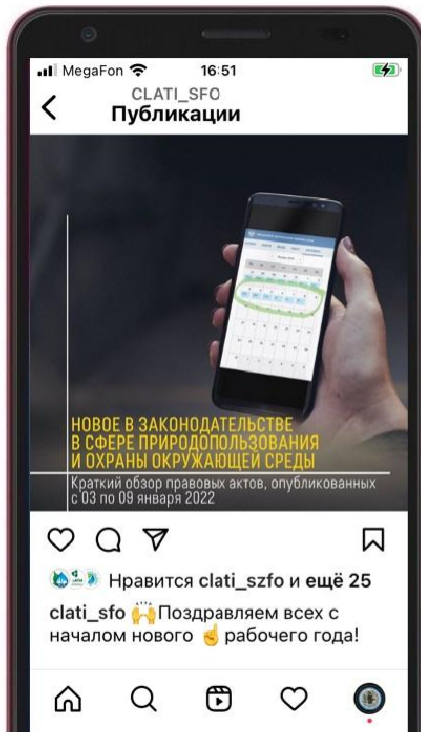
ЦЛАТИ по ЦФО – 23



Качество содержания: язык текстов

Серьезная проблема – большие и очень тяжелые для восприятия тексты, частое использование юридических терминов и официально-делового стиля. Простой, понятный язык – обязательное условие работы в соцсетях.

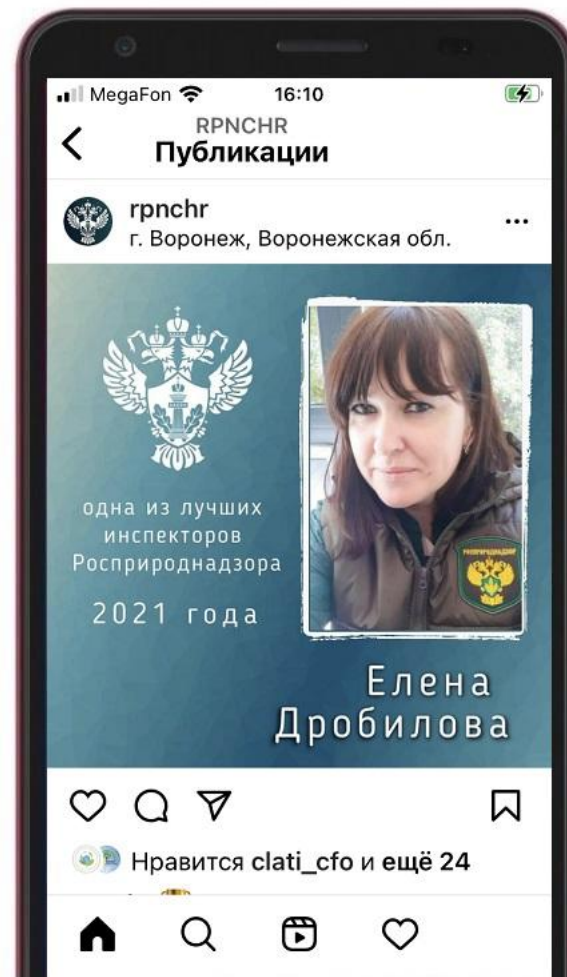
Правила публикации официальных документов: название документа, краткий комментарий и ссылка на документ в комментарии. Пример. «Новое постановление Правительства позволит усилить контроль за несанкционированными свалками». Далее: название, ключевые моменты и ссылка на сайт в комментарии.



Краткость – сестра

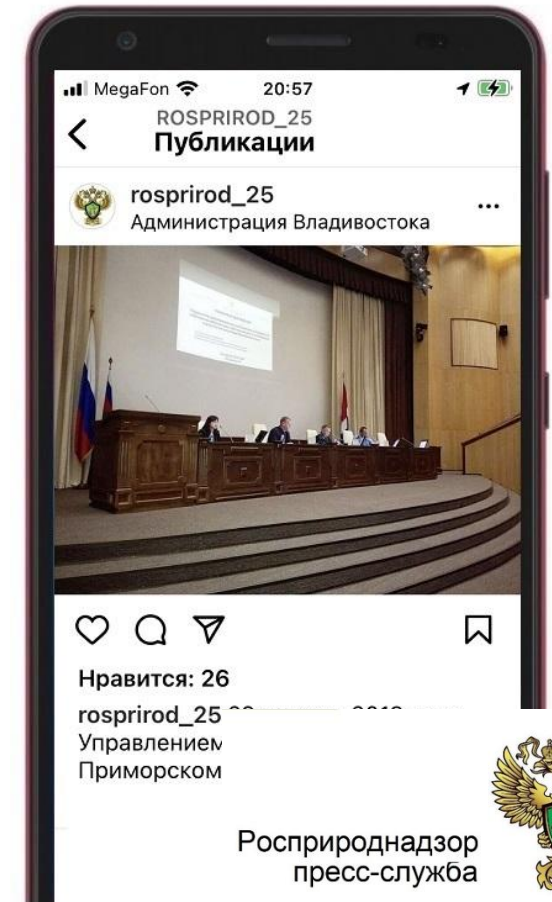
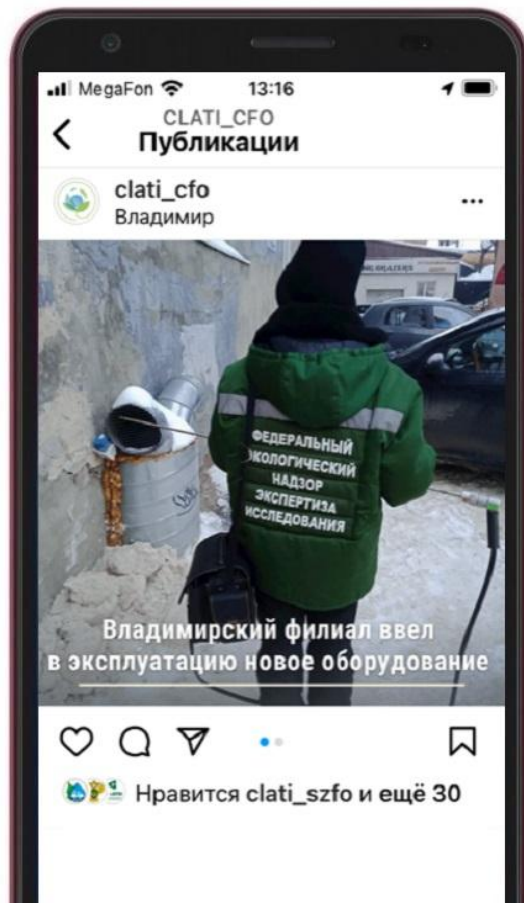
тапанта

Текст необходим, как правило, на 1-2 экрана или до 1000 знаков с пробелами в Word.



Качество изображения

Недопустимо использование некачественных фотографий: снятых со спины, с мелким изображением, полутемных, невыразительных, не несущих информации. Такие фотографии вызывают негативные эмоции. (Рекомендация – необходимо дополнять фото с крупным изображением).

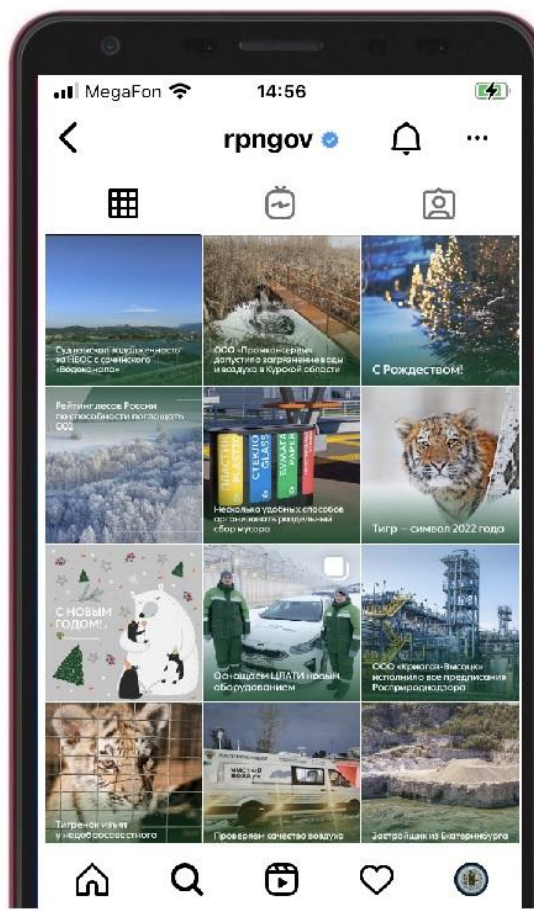
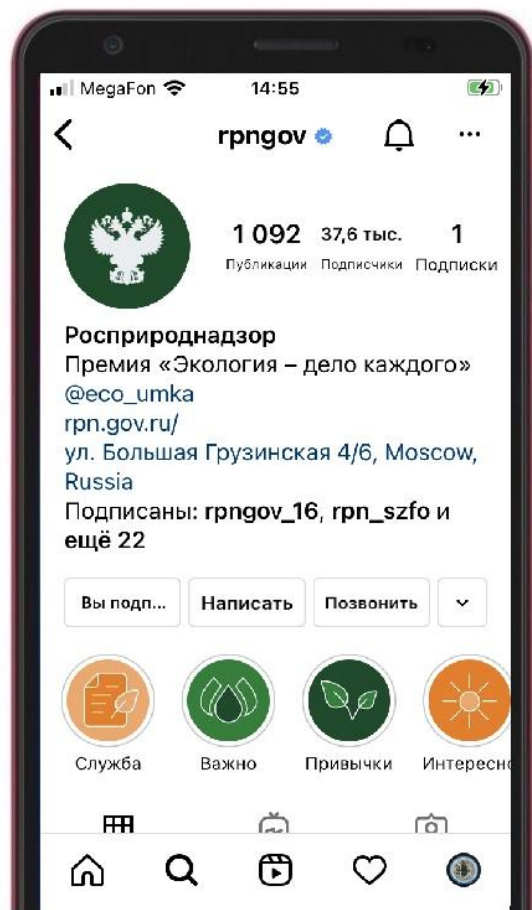


Росприроднадзор
пресс-служба



СТИЛЬ ОФОРМЛЕНИЯ АККАУНТА - ЦА

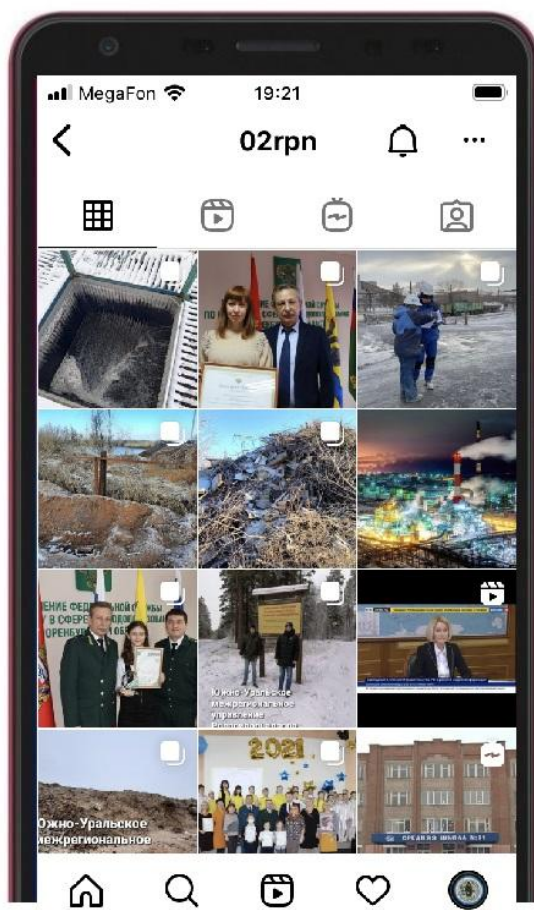
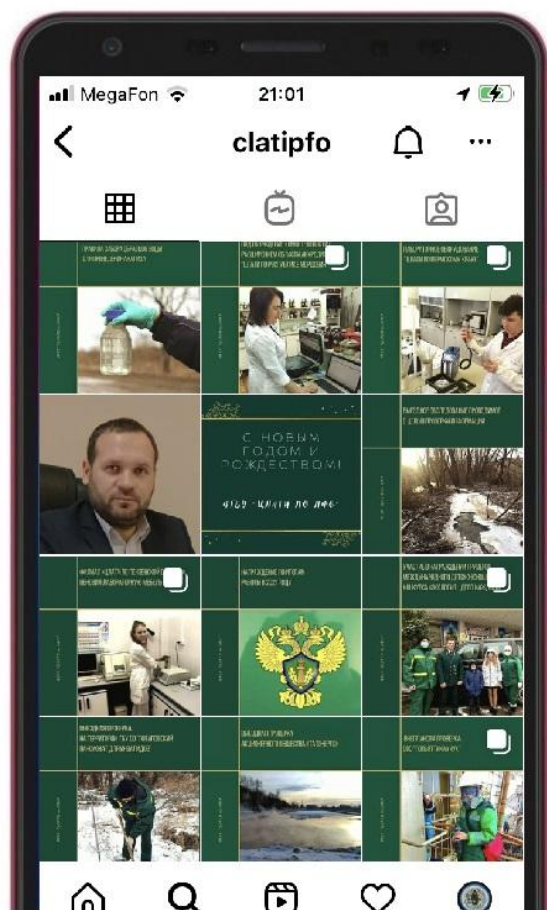
Единый стиль оформления, выдержанный в корпоративном цвете, улучшает эстетическое восприятие аккаунта. Необходимо ориентироваться на фирменный стиль, свод технических, эстетических и информационных регламентов, которые используются при ведении аккаунтов ЦА, Руководителя.



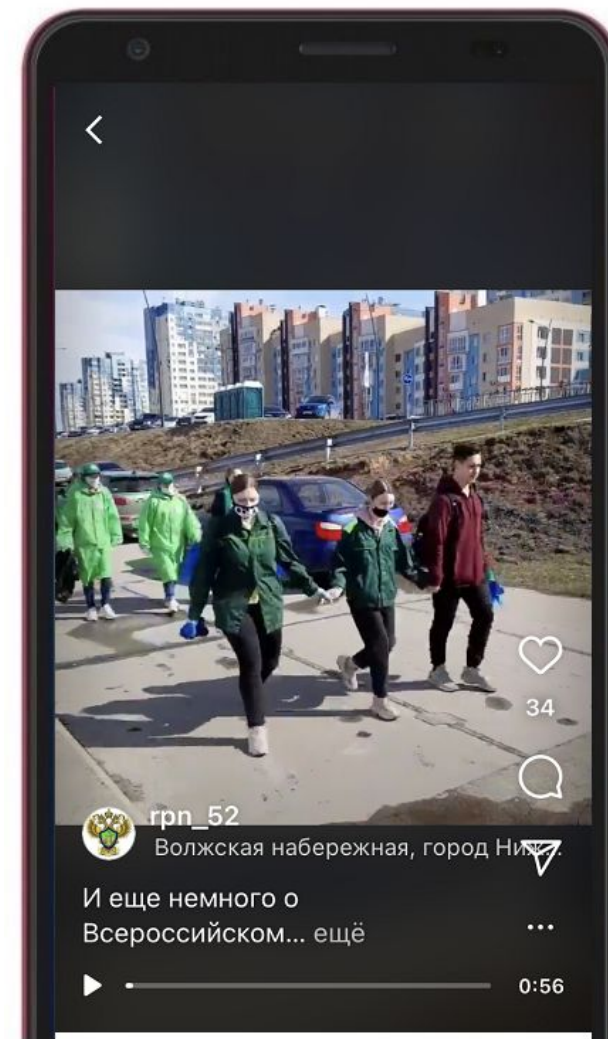
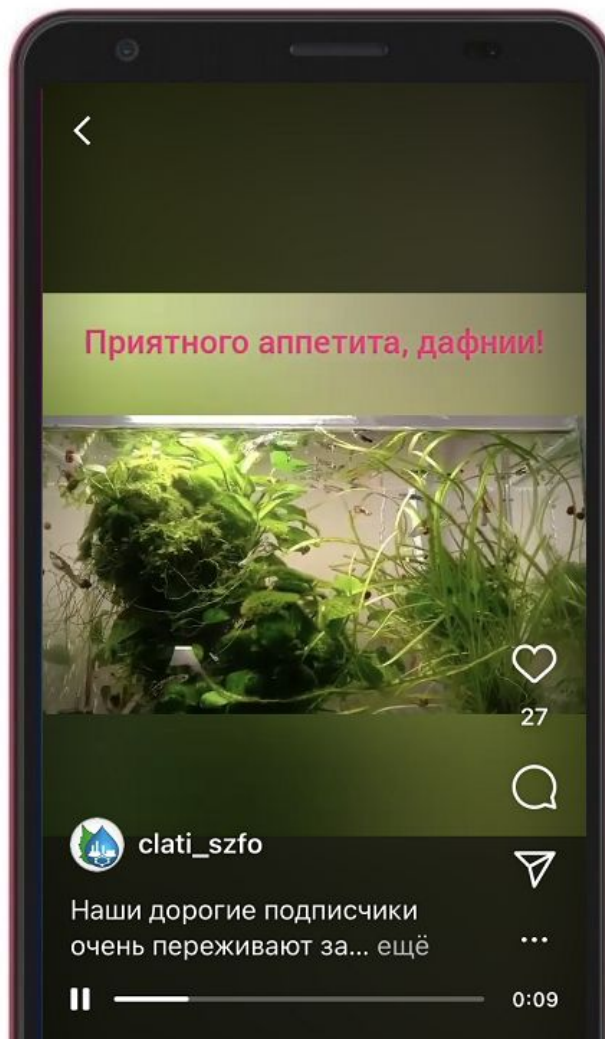
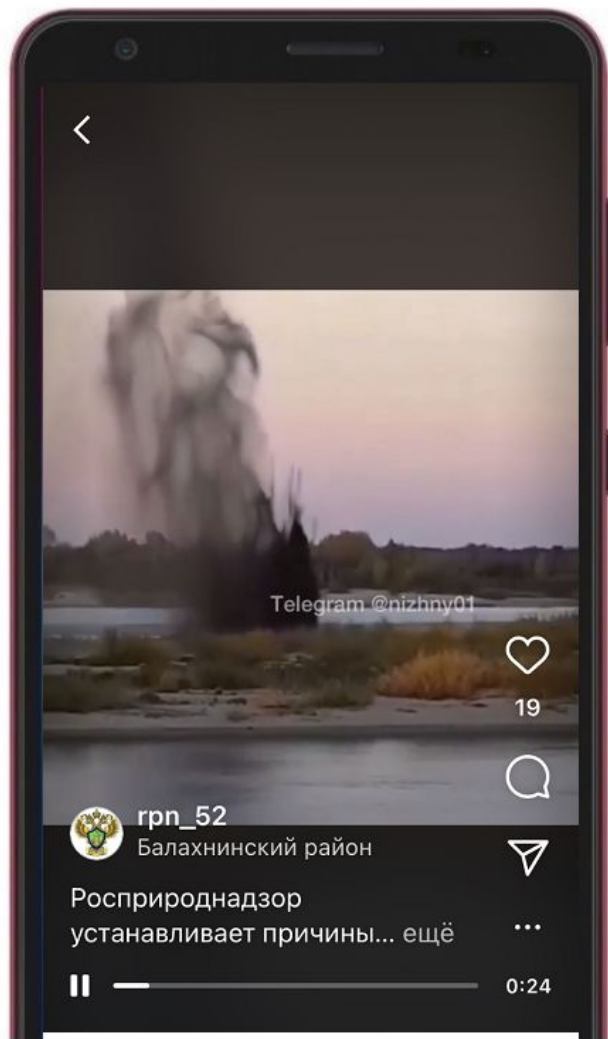
СТИЛЬ ОФОРМЛЕНИЯ АККАУНТА – территориальные

управления

Несоблюдение рекомендаций значительно ухудшает восприятие, примеры: слишком агрессивное использование темно-зеленого цвета, неиспользование фирменного цвета, использование постороннего цвета.

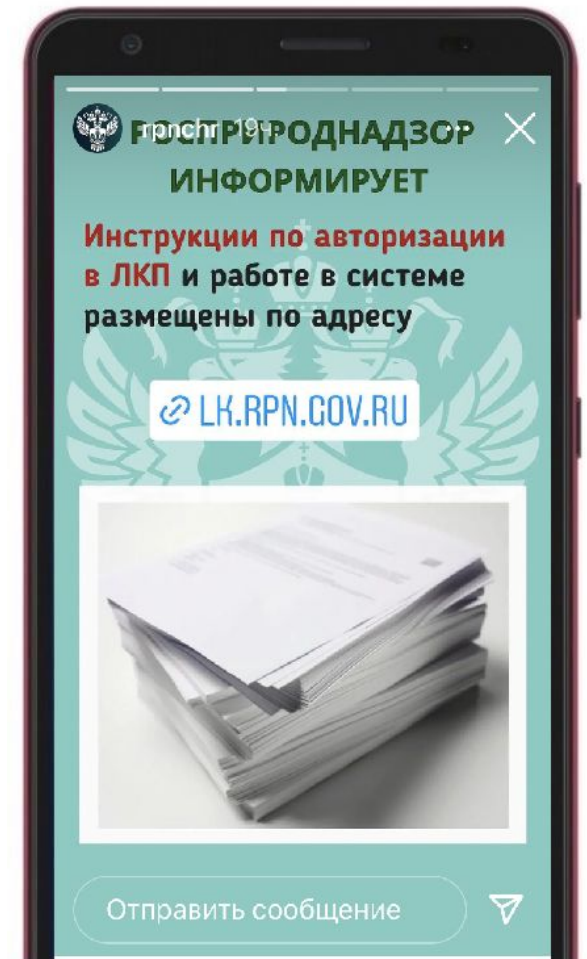


Цвет задает общее настроение с первых секунд. Без фирменного цвета аккаунты выглядят угрюмыми и угрожающими.



Сторис – самый удобный и просматриваемый формат

Необходимо максимально использовать формат сторис, он помогает поддерживать активность аудитории, актуальность аккаунта, прост для восприятия и легок в создании.



Сторис – технические параметры

Видео и фото в сторис исчезают через сутки, поэтому для этого формата можно создавать контент проще. Сторис могут служить анонсом для поста или новости, способом присутствия в информационном поле подписчиков. Снимать видео для сторис лучше вертикально.

Параметры фото и видео для сторис в Instagram:

- Формат вертикальный – 9:16;
- Разрешение — 1080×1920 px;
- Расширение — mov, mp4;
- Размер — 4 ГБ — для видео,
- Длительность — до 1 мин;

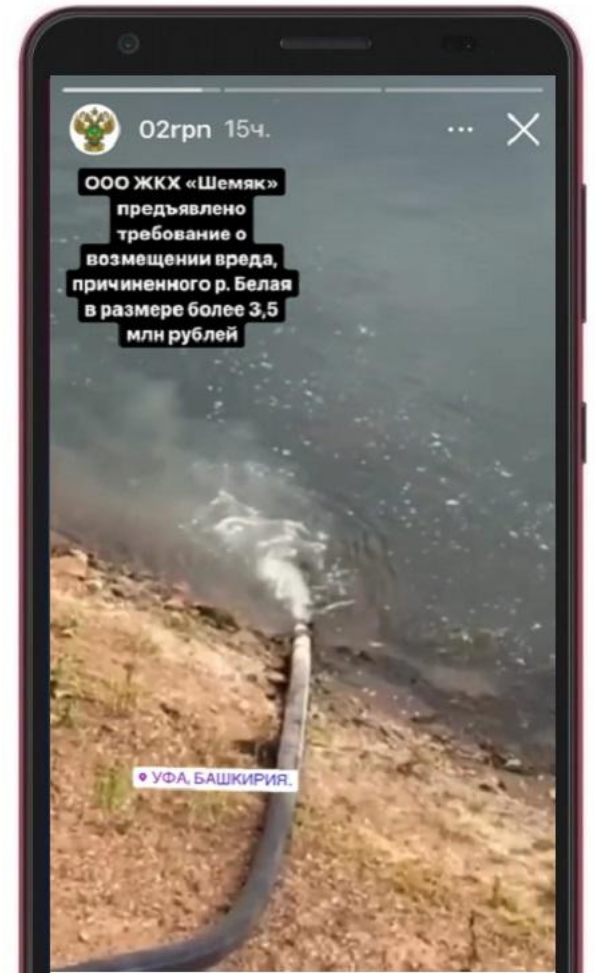
ВКонтакте: формат видео 1x1,

Фотографии должны соответствовать критериям:

- Минимальное разрешение сторон 600x1067 пикселей,
- Максимальное – 1936x1936,
- Размер файла – до 30 Мб.

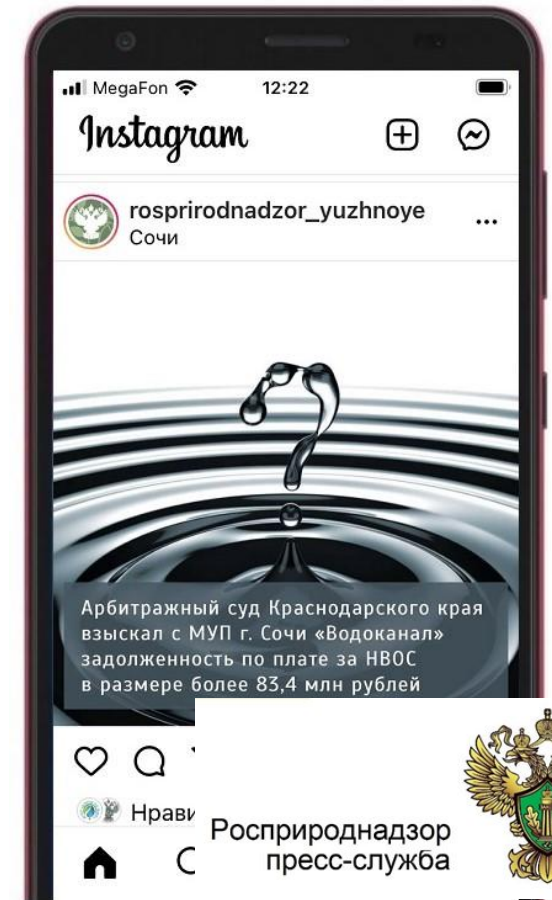
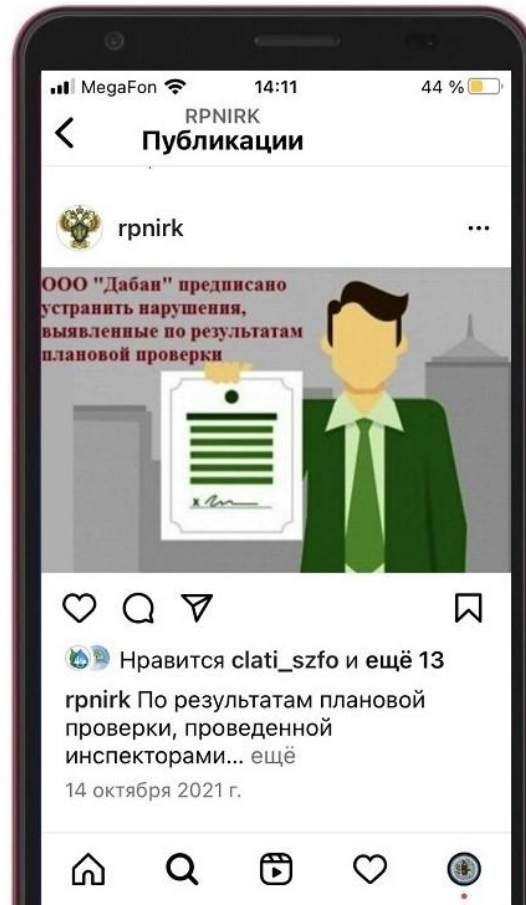
Соотношение сторон

- для вертикальных фото – 4:5 (портреты, фото во весь рост),
- для горизонтальных – 1,91: 1 (пейзажи, работа)
- для сторис – вертикальные фото 1080x1920 px (9:16),



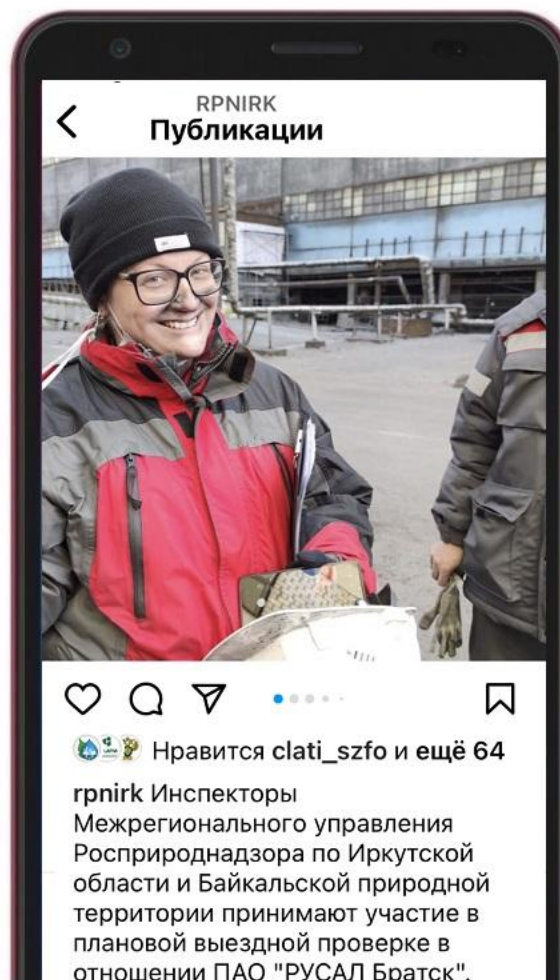
Использование графики, рисунков, фотобанков

В большинстве случаев графику, рисунки получается использовать уместно, определенная проблема – многократное использование одних и тех же рисунков. Настоятельно рекомендация – разнообразить.



Имиджевые публикации: какими они должны быть

Аккаунт не должен состоять только из публикаций проверок, решений судов, документов. Необходимо регулярно создавать имиджевые публикации – руководители, взаимодействие с гражданами и общественными организациями, субботники, праздники, общественные мероприятия. Улыбки, дети – украшение аккаунта.



Росприроднадзор
пресс-служба

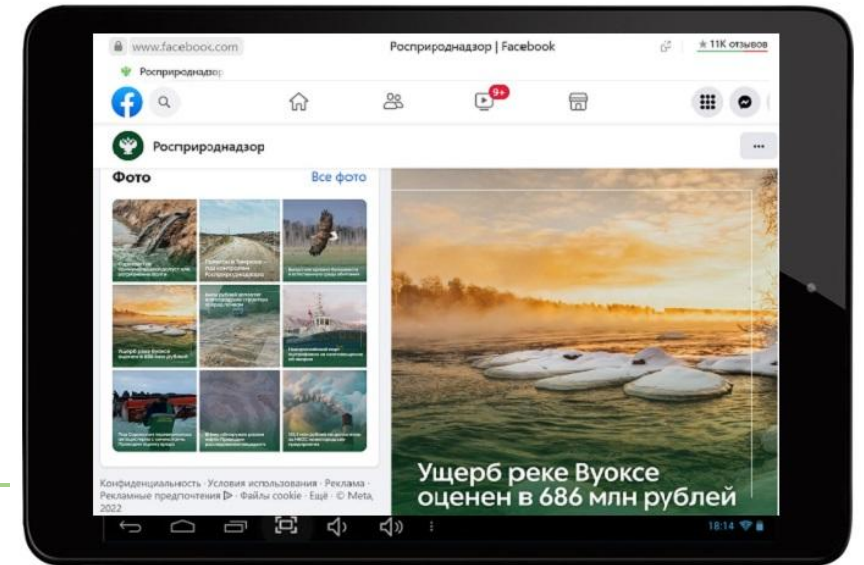


Периодичность

Периодичность. Лучше делать публикации каждый рабочий день. Обязательно – 2 поста в неделю. Время публикаций – 8:00 – 20:00 местного времени.

Что может быть поводом для поста?

- Выезд на знаковое событие, обследование.
- Результаты проверки, рейда, определение размера штрафов, ущерба.
- Важная, резонансная новость с сайта, адаптированная под формат соцсетей
- Решение судов, подтверждение штрафов.
- Знаковое событие внутри коллектива: награждение, вручение премии, повышение квалификации...
- Получение и включение в работу нового оборудования.
- Анонсирование изменений в законодательстве, нормативных документах.
- Интересные факты о животных, природных явлениях, связанных с регионом (кооперация с фотографами, блогерами).
- Профессиональные и государственные праздники (поздравления).
- Наличие красивой фотографии и качественного видео.



Обязательные правила работы в социальных сетях (кратко)

1. Работа в социальных сетях сегодня так же обязательна, как и работа на сайте для реализации принципов, предусмотренных Концепцией открытости Федеральных органов исполнительной власти, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации №93-р 30 января 2014 г.
2. Необходимо назначить ответственного сотрудника за работу на сайте и в социальных сетях, направить контакты ответственного лица в пресс-службу ЦА до 20.03.2022 г.
3. Периодичность публикаций – не реже двух в рабочую неделю.
4. Единый стиль оформления, использование фирменной цветовой гаммы Росприроднадзора.
5. Понятный, доступный большинству язык.
6. Объем поста – как правило, 1-2 экрана или до 1000 знаков с пробелами в Word.
7. Ограниченное использование чисел, если текст не о финансах и экономике. Правильное написание в информации: 4,26 млн руб. (неправильное – 4 259 190 руб).
8. Использование фото и видео с учетом указанных требований.



Форма отчетности

| Форма ежемесячного отчета о работе в соцсетях территориальных подразделений (указать, в каких) | | | | | | | | | | | | |
|--|--|------|--------|-----|------|------|--------|----------|---------|--------|---------|------|
| | | март | апрель | май | июнь | июль | август | сентябрь | октябрь | ноябрь | декабрь | 2022 |
| Наименование подразделения | | | | | | | | | | | | |
| Количество публикаций | | | | | | | | | | | | |
| в т.ч. сторис | | | | | | | | | | | | |
| в т.ч. постов | | | | | | | | | | | | |
| Количество подписчиков | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| ФИО, должность, телефон | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |

Периодичность – ежемесячно, срок подачи – 7 календарных дней.



Механизм согласования постов в соцсетях

Все сообщения в официальных аккаунтах в обязательном порядке согласовываются с пресс-службой ЦА. Текст для согласования следует отправлять в Word-формате (.doc/.docx/.rtf и т.д.) прямо на адрес press@rpn.gov.ru, без оформления в СЭД и служебных записок.

Одно согласование для одной новости! Если сообщение планируется разместить в нескольких соцсетях, текст новости согласовывается единожды для всех площадок. Напоминаем, что правила согласования публикаций подробно описаны в «Регламенте работы со СМИ», утвержденном приказом №54 от 25.02.2019 г. Если новость уже согласована и размещена на сайте, отдельно согласовывать ее для социальных сетей не нужно. Однако необходимо адаптировать текст и фото для соцсетей.

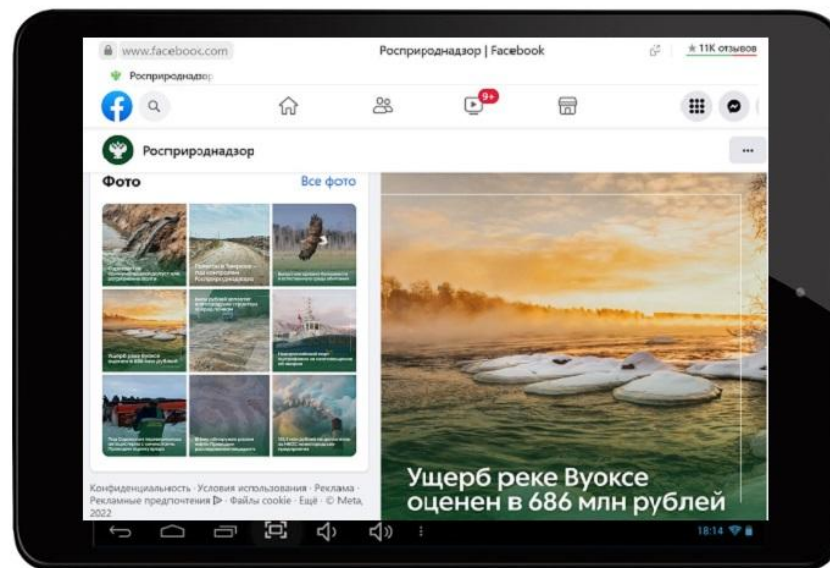


Важно помнить!

Всегда следует помнить, что аккаунт вашего подразделения является выразителем позиции Федеральной службы по надзору в сфере природопользования, публикуя что-либо в нем, вы берете на себя ответственность говорить от лица Росприроднадзора. Поэтому публиковать свои личные впечатления, фото с отдыха и семейных праздников, высказывать свою личную позицию по поводу каких-либо событий культурной, финансовой, политической жизни внутри страны или за рубежом следует только и исключительно в личном аккаунте. Необходимо помнить, что вся информация, появляющаяся на страничках Росприроднадзора, воспринимается и используется СМИ (разной степени профессионализма и добросовестности), как официальная позиция ведомства.



Пресс-служба
Росприроднадзора
press@rpn.gov.ru



Росприроднадзор
пресс-служба

