

ПАМЯТКА МАСТЕРУ ГОСПАБЛИКА

коротко о том, с чего начать, что продвигать, какие есть правила и интернет-помощники

➤ Основы создания [официальной страницы города, района, поселения в социальной сети](#); [обложка госпаблика администрации в среде Supa](#); проверьте, указан ли почтовый адрес, адрес электронной почты, номера телефонов на странице госпаблика; добавьте ссылку (QR-код) на страницу самого госпаблика.

➤ **ПОМНИТЕ про контент-план** (о чем писать?): минимум на неделю, на месяц (план мероприятий), на год (сквозные темы, например, про год семьи), согласовать с главой администрации. План может быть таблицей Excel, [Яндекс.Календарь](#) со следующими графами:

- дата и рубрика: новости, истории, [викторины](#), праздники, полезные советы;
- текст и картинка: тезисы, несколько цифр, фактов, фото;
- статус: опубликован, в процессе, отложен
- ответственный: ФИО, у кого брать комментарий.

➤ Основа контент-плана – **местные новости**, которые больше интересны населению, чем региональные или федеральные новости, а также шаблоны ЦУРа.

➤ **Избегайте репостов** новостей, так как одни и те же репосты снижают интерес читателей госпабликов.

➤ Учитывайте **особенности аудитории** читателей госпабликов и ориентируйтесь на возраст, пол, интересы, увлечения, традиции местного населения.

➤ **Ведите постоянные рубрики**: деятельность главы, интересные факты, поздравления и «жизнь замечательных людей».

➤ **«Госпаблики – это про людей и для людей»**, пишите про [людей](#) (врачей, учителей, талантливую молодежь), их достижения и победы.

➤ Введите практику **сбора новостей от различных подразделений администрации** муниципалитета, например, от каждого подразделения одна новость в неделю.

➤ **Распределите обязанности по помощи в ведении госпаблика**: кто чем может быть полезен, кто может найти контакты организаций, разместить ссылки, привести примеры хороших практик подготовки новостей, подобрать фотоматериалы.

➤ Делайте **пост с подборкой пабликов** подведомственных учреждений, рассказывайте о них, что позволит увеличить их узнаваемость и число подписчиков.

➤ Сделайте график новостей, которые должны выкладываться **периодически**, например, афиша мероприятий, посты от ЦУРа, новости ведомства-куратора, предостережения от мошенников, правила обращения с беспилотниками и т.д.

➤ **Транслируйте новости** госпаблика поселения на личную страницу главы, что особенно актуально для малых населенных пунктов.

➤ Готовьте новости заранее – **отложенный постинг** (автоматическая публикация постов); минимум 3 новости в неделю; [рейтинг активности подписчиков](#).

➤ Используйте **посты развлекательного характера** «Найди отличия», «Чего не хватает на фото?»

➤ **Пишите карточки**, которые делают новость ясной, понятной, более читаемой. Помощник по написанию текстов [ГОСТрайтер](#).

➤ Придерживайтесь следующих [правил написания текста](#): реже используйте официальную речь, используйте простые и понятные формулировки, ключевые хэштеги, короткие предложения без причастных и деепричастных оборотов, не используйте стоп-слова: в связи, на сегодняшний день, с целью, по факту, данная ситуация.

➤ Используйте **видео контент**: видеорепортажи, [клипы](#), прямые эфиры, онлайн-трансляции событий (концерт, субботник). Видеоредактор [CapCut](#). (приложение для смартфона).

➤ Размещайте **фотографии** с событий, на которых люди узнают себя, близких, друзей, ставят лайки, комментируют. Населению нравится находить себя на фото, просматривать и комментировать фото детей; помощники по обработке фото: [Acetone](#), [подборка фото](#), [Figma](#) (приложение для смартфона).

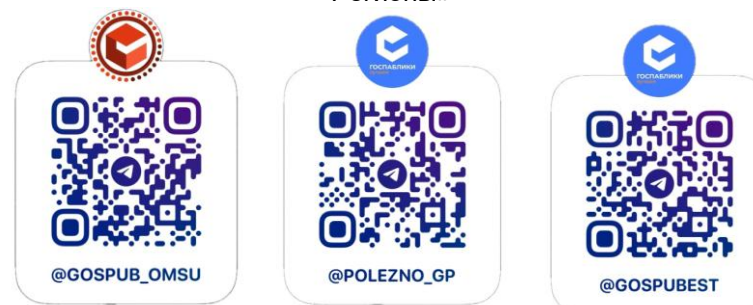
➤ Делайте **фотофлешмобы**: «Морошка созрела!», «У кого какая рыба?», «Грибы пошли!», которые стимулируют людей размещать свои фотографии, комментировать, такие посты собирают много реакций и лайков.

➤ **Правдиво и объективно** представляйте информацию о возникшей ситуации или проблеме, описывайте то, что уже сделано для ее решения, что будет сделано и когда. Это вызывает доверие у населения.

➤ **ПОМНИТЕ**: госпаблик предназначен для создания **комфортных условий общения с органами власти**; напишите [правила сообщества](#); будьте искренним в общении с людьми в рамках госпаблика, не закрывайте комментарии, объясняйте причину удаления комментария; [фильтр нецензурной лексики](#); создавайте добрый и позитивный контент; [кодекс этики администратора госпаблика](#)

➤ Используйте **чат-боты** для увеличения активности людей. Например, сотрудники одной из пресс-служб создали чат-бот, где попросили написать «лето». В ответ на это бот присылал рекомендацию, что нужно успеть сделать этим летом. См. [Лучшие практики ведения госпабликов ключевых сфер](#).

Как разработать [фирменный стиль](#)? Как оценивают работу госпабликов и что такое [ER](#)? Хотите знать больше, подписывайтесь на Телеграм-каналы АНО «Диалог Регионы»



По материалам Центра управления регионов (АНО «Диалог Регионы») и [проекта РНФ 23-28-00685](#)