

**Правила размещения информационных материалов в разделах
«новости», «объявления» официального сайта,
а также в аккаунтах Пермского государственного гуманитарно-педагогического
университета в социальных медиа**

(утверждены распоряжением ректора №46 от 27.05.2025)

1. Раздел «новости», «объявления» официального сайта (pspu.ru) и официальные аккаунты вуза в социальных сетях и мессенджерах (ВКонтакте, Одноклассники, Телеграм, Дзен) – информационные площадки университета, которые работают как для внешних, так и для внутренних целевых аудиторий. Их функция – привлечение внимания к вузу через публикацию актуальной информации, характеризующей университет в качестве драйвера инновационного развития региона и страны, который:

а) обеспечивает квалифицированные педагогические кадры для системы образования региона и страны;

б) разрабатывает и внедряет в свою деятельность и социально-экономическое пространство Пермского края передовые научно-исследовательские разработки в области гуманитарных и социальных наук;

в) создает образовательные практики и воспитательные технологии, в т.ч. посредством кооперации с ведущими организациями в сфере образования, инновационными структурами, партнерами и стейкхолдерами.

2. Сотрудники, преподаватели, студенты, будучи частью сообщества университета, имеют право на размещение информации на указанных в п. 1 площадках, а именно: новостей, объявлений, анонсов мероприятий и событий. Такими же правами обладает учредитель университета – Министерство просвещения РФ. Информация, предоставляемая партнерами вуза, контролирующими органами, публикуется в зависимости от необходимости, либо по поручению руководства университета.

3. По одному поводу размещается не более одного материала на одной из площадок, или разделе сайта (новости, либо объявления).

Комментарий: например, анонс о конференции может быть опубликован в разделе «объявления» на сайте, а также на странице университета в ВК и ОК. Новость по итогу конференции может быть размещена в разделе «новости» сайта.

4. На сайте информация может быть опубликована в разделах «новости» и «объявления».

4.1. В разделе «новости» публикуется развернутая и подробная информация:

а) о готовящихся, либо прошедших событиях, организованных на базе университета структурными подразделениями, либо общественными объединениями вуза городского,

регионального, российского и международного уровня, а также мероприятиях регионального и международного уровня – с участием представителей университета;

б) о проектах и начинаниях университета, в том числе партнерских, общественных объединений вуза, которые соответствуют стратегическим и приоритетным направлениям развития университета;

в) научных и методических разработках вуза, исследовательской деятельности отдельных сотрудников и коллективов;

г) интервью с руководителями, экспертами университета по актуальным тематикам;

д) о заключении договоров и соглашений, стороной которых выступает университет;

е) о поездках и визитах делегаций, представителей университета в другие регионы, страны;

ж) о достижениях представителей университета, в т.ч. выпускниках, в рамках городских, региональных, российских и международных конкурсов, состязаний, конференциях, форумах и пр.;

з) поздравления руководства университета, представителей органов государственной и муниципальной власти, учредителя вуза – Министерства просвещения РФ, в связи с общенациональными праздниками, знаменательными датами, профессиональными достижениями сотрудников университета и связанных с ним лиц.

4.2. Материал для раздела «новости» состоит из следующих элементов:

а) Заголовок – передает основной смысл новости, в пределах 100 знаков с пробелами, содержит указание на субъект и действие, не содержит аббревиатур, сокращений, цитат, причастных и деепричастных оборотов, участков текста, написанного заглавными буквами;

Пример: *«Студент исторического факультета нашел редкую вазу»*

б) Вводный абзац (лид) – краткое и сжатое изложение всего текста, отвечает на вопросы: что? кто? где? когда?

Комментарий: *как правило, лид составляет пресс-служба на основании пункта «в», поэтому это необязательный для подачи элемент.*

в) Основной текст – 3–5 абзацев, которые в подробностях раскрывают предлагаемый к публикации повод, включая целеполагание авторов (зачем? почему?). Каждый абзац содержит 3–4 предложения. Стоит избегать длинных сложносочиненных и сложноподчиненных предложений. Допускается включение цитат лиц, причастных к событию / проекту / разработке. Общий объем основного текста – не менее 1000 знаков с пробелами, но не более 4000 знаков.

г) Заключительная часть – опциональный элемент, в котором может быть представлена дополнительная статистика, ссылка на грант, справочная информация, в т.ч. историческая, которая позволит читателю понять, как предлагаемый повод развивался в динамике на предыдущих этапах.

4.3. Примеры новостей:

[В университете прошел семинар для учителей информатики от Яндекс Учебника](#)

[Студенты Пермского педагогического создают игру для адаптации первокурсников в университете](#)

[Выпускница Пермского педагогического участвует в конкурсе «Учитель года России»](#)

4.4. В разделе «объявления» размещается следующая информация:

- а) анонсы конференций, конкурсов, грантов;
- б) анонсы мероприятий факультетов, подразделений, общественных объединений университета;
- в) объявления о защите диссертаций;
- г) объявления ректората, подразделений университета;
- д) информация о программах дополнительного образования;
- е) информация о стажировках, программах академической мобильности, вакансиях;
- ж) некрологи сотрудников, ветеранов университета, выдающихся и важных для университета персон;
- з) справочная информация о текущих проектах;
- и) поздравления руководства университета, представителей органов государственной и муниципальной власти, учредителя вуза – Министерства просвещения РФ, в связи с общенациональными праздниками, знаменательными датами, профессиональными достижениями сотрудников университета и связанных с ним лиц.

4.5. Текст в разделе «объявления» состоит из следующих элементов:

- а) Заголовок – передает основной смысл объявления в пределах 100 знаков с пробелами, содержит субъект и действие.

Пример: *«Университетское сообщество запустит новый проект».*

- б) Основной текст – в пределах 1500 знаков с пробелами, включающий ответы на вопросы: что? кто? где? когда / какой временной интервал предусмотрен? Наличие контактов ответственных лиц, описание способов связи с ними – обязательно.

Примеры объявлений:

[Российский научный фонд объявил региональные конкурсы для фундаментальных и поисковых научных исследований](#)

[Университет отпразднует День знаний](#)

[Пермский педагогический объявляет дополнительный прием на бюджетные места](#)

4.6. В разделе «события» на главной странице в виде отдельных плашек публикуется информация об информационных поводах (мероприятиях, событиях, конкурсах и т.д.), который заявлен в одном из разделов – «новости», либо «события».

4.7. В сообществах университета в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», платформе «Дзен» в отредактированном виде размещается информация, предоставляемая для

разделов «новости» и «объявления», а также экспертные комментарии представителей университета, партнерские материалы, фото и видео-контент.

4.8. В телеграм-канале университета в отредактированном виде публикуется информация про внутреннюю жизнь университета, новостные сюжеты, истории студентов и преподавателей, основные тенденции в области педагогики, опросы и формы сбора обратной связи.

5. Размещение новостных материалов и объявлений на информационных площадках университета осуществляется в следующем порядке.

5.1. Инициаторами размещения выступают:

- руководство университета;
- представители учредителя;
- факультеты и подразделения;
- проектные (научные, исследовательские, грантовые и пр.) команды и коллективы университета;
- общественные объединения вуза;
- группы сотрудников, студентов;
- партнеры университета.

5.2. Подразделением, ответственным за размещение новостных материалов и объявлений на информационных площадках университета, выступает пресс-служба вуза. Кроме того, пресс-служба имеет право самостоятельно публиковать информацию на соответствующих площадках.

5.3. Все предназначенные к размещению материалы необходимо отправлять на электронную почту pr@pspu.ru, а также обязательным указанием контактов адресанта в тексте письма: ФИО, должности / учебного статуса, названия подразделения, номера телефона.

5.4. Текстовую информацию необходимо отправлять вложенным файлом в форматах doc, docx. Сопутствующие материалы, – иллюстративные (фотографии, схемы, иллюстрации, баннеры и пр.), видео и т.д. также прикладываются к письму. Все текстовые материалы по структуре должны соответствовать положениям, описанным в п. 4.2, либо 4.4., в зависимости от характера повода и формата.

5.5. Иллюстративные материалы – фотографии, графики, схемы, иллюстрации в формате .jpg, .jpeg, .png. принимаются отдельными файлами, которые прикладываются к письму.

5.5.1. Фотографии должны быть горизонтально ориентированными и четкими, композиция кадра – целостной, без обрезанных элементов, тематически соответствовать предлагаемому к публикации поводу. Разрешение файла – не ниже 2400x1600 px. В случае несоответствия фотографий указанным требованиям, сотрудники пресс-службы имеют право использовать материалы университетского фотоархива. Подробные рекомендации по форматированию, редактированию фотоматериалов прописаны [здесь](#).

5.6. Видеоматериалы принимаются в виде ссылки на облако, на котором размещен файл. Рекомендуемые форматы файлов – .mp4, .mkv, .avi. Видео должно быть горизонтально ориентированным с разрешением не менее 1920x1080 px.

5.7. Дополнительные документационные материалы – положения, инструкции, программы и т.д. прилагаются отдельными файлами в формате .doc, .docx, .pdf.

5.8. Сотрудники пресс-службы обрабатывают всю получаемую информацию в течение одного рабочего дня. За это время они определяют соответствие информационных материалов критериям для публикации, актуальную площадку для размещения, дату публикации, редактируют текст, запрашивают дополнительные сведения, материалы.

5.9 Для сохранения единого стиля публикаций, характерного для каждой отдельной информационной площадки, сотрудники пресс-службы оставляют за собой право внесения правок: орфографических, пунктуационных, стилистических, грамматических.

5.10. Сотрудники пресс-службы могут предложить авторам альтернативные площадки для публикации информационных материалов, к примеру, сообщество подразделения / факультета в социальных сетях в соответствии с уровнем повода.

5.11. В случае несогласия авторов с правками сотрудников пресс-службы, информационный материал отправляется на доработку авторам.

5.12. В случае несогласия авторов с выбором площадки, датой публикации, информационный материал может быть признан неподходящим к публикации.

6. При верстке текста пресс-служба руководствуется следующими принципами.

6.1. Регистр текста (в т.ч. заголовков, лида, основного текста, названий и пр.): нижний регистр, за исключением заглавных букв, аббревиатур и официальных названий.

6.2. Выравнивание для всех текстов: по левому краю, без красных строк, с интервалами между абзацами.

6.3. Знаки препинания и другие литеры:

– Кавычки: «елочки», а не "лапки";

– Тире: лучше короткое «–» и длинное тире «—», важно не использовать дефис «-»;

– Пробелы: стоит избегать как отсутствия пробелов, в частности, после знаков препинания, так и двойных пробелов;

– Буква «ё»: чтобы снизить издержки по проверке и не вредить SEO-оптимизации, вместо «ё» используйте «е».

6.4. Отображение информации о человеке, допускаемые варианты:

– Имя Фамилия (основной вариант);

– Имя Отчество (обращение, фраза);

– Имя Отчество Фамилия (некролог).

6.5. Названия подразделений и органов, должностей:

– Строчные буквы используются при написании названий университетских подразделений, если речь идет не о начале предложения.

Пример: *учебно-методическое управление, отдел кадров, филологический факультет и т.д.*

– То же касается органов управления университета: ученого совета, попечительского совета и пр. Слово «университет» также пишется со строчной буквы, как и названия должностей: ректор, проректор, декан и пр.

6.6. Числительные:

– Числительные в интервале с 1 до 10 лучше отображать прописью, если рядом с ним нет других числительных.

Пример:

«Кабинет работает три дня в неделю: в понедельник, четверг и пятницу».

– При одновременном нахождении разных числительных в одном ряду, лучше использовать цифры.

Пример:

«Кабинет работает каждый 1, 3, 10, 20 день месяца».

6.7. Обозначение пространств:

Все корпуса, кроме главного, обозначаются с помощью римских цифр.

Пример:

«Мероприятие состоится в аудитории А-105 корпуса IV».

7. Предоставляя информационные материалы для размещения на информационных площадках университета, отправитель соглашается с [Положением об обработке персональных данных](#).

8 За неисполнение функции по размещению новостных материалов и объявлений на информационных площадках университета пресс-служба несет ответственность согласно действующей редакции положения о пресс-службе, а также должностным обязанностям сотрудников.