



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО  
ПО ДЕЛАМ МОЛОДЕЖИ  
(РОСМОЛОДЕЖЬ)**

**РУКОВОДИТЕЛЬ**

Б. Трёхвзвешельский переулок, д. 2/1, стр. 2,  
Москва, 109028  
Телефон: (495) 668-80-08, Факс: (499) 270-20-79  
E-mail: [op@fdm.gov.ru](mailto:op@fdm.gov.ru)

**Органы исполнительной власти  
субъектов Российской Федерации,  
реализующие государственную  
молодежную политику**

30 ЯНВ 2019 № 17/290-06

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Г

В 2019 году в целях оказания методической поддержки органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации, реализующим государственную молодежную политику, подготовлена обновленная инструкция по работе с официальным сайтом Федерального агентства по делам молодежи. В документе изложены основные требования и рекомендации по оформлению материалов, размещаемых в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в соответствии со стандартами Росмолодежи.

Приложение: на 31 л. в 1 экз.

*С уважением,*

И.о. руководителя

А.Платонов

**Инструкция по размещению новостей на официальном сайте  
Федерального агентства по делам молодежи для региональных органов  
исполнительной власти,  
реализующих государственную молодежную политику**



## Содержание

Раздел 1.Руководство по работе с сайтом Росмолодежи.....	3
Раздел 2.Техническое задание по оформлению новостей и анонсов для сайта Росмолодежи.....	14
Раздел 3.Требования к фотографиям.....	16
Раздел 4.Типичные ракурсы иллюстраций для сайта Росмолодежи.....	21
Раздел 5.Работа с социальными сетями.....	30

## Раздел 1. Руководство по работе с сайтом Росмолодежи

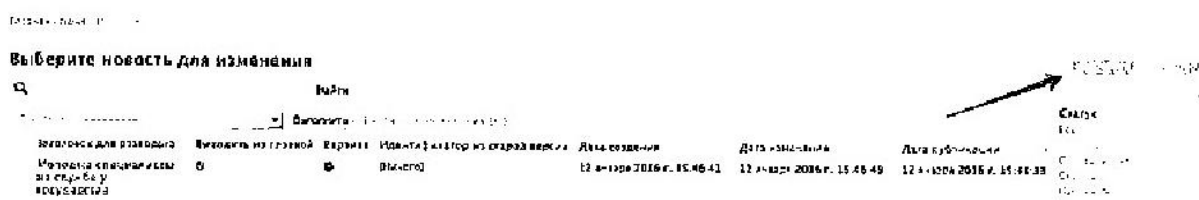
### Новости

Добавить новость можно двумя способами, описанными ниже.

В блоке «Новости» выберите функцию «Добавить»:



Либо зайдите внутрь раздела со всеми новостями и выберите функцию «Добавить новость» в правом верхнем углу:



Далее необходимо заполнить поля формы. Если новость должна отображаться также в англоязычной версии сайта, то требуется заполнить эти поля еще раз на английском языке, предварительно поменяв переключатели на значение «сп».

Главная - News - Новости - Добавить новость

Добавить новость

Статус: (Ничего) Автор: (В)

*Перечень полей для заполнения:*

- Заголовок для главной

Текстовое поле, содержащее заголовок новости.

- Заголовок для разворота

Текстовое поле, содержащее заголовок новости.

- Текстовый идентификатор

Url (адрес страницы на сайте), генерируется автоматически.

- Изображение

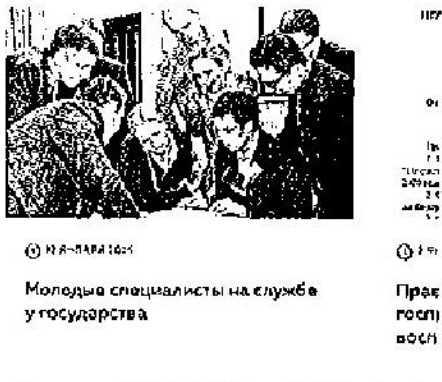
Изображение, отображающееся вместе с новостью (рекомендуется использовать прямоугольные изображения среднего разрешения, порядка 400 px по большей стороне).

*В административной панели:*

р:

Изображение: Обзор... Файл не выбран.

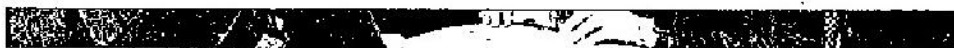
*Вид на сайте:*



## Краткое описание

Текстовое поле с анонсом новости, отображающееся до основного текста.

*Вид на сайте:*



*Дорогу будущим профессионалам: Минтрудом определены лучшие кадровые практики на государственной гражданской и муниципальной службе.*

Привлечение молодых специалистов в отрасль - важная задача. Ведь кадровый а...

## Текст записи

Поле с основным текстом новости.

## Отображение и дата публикации

Выводить на главной

Верхняя

Дата публикации:

Дата: 12.01.2016

Сегодня

Время: 15:41:33

Сейчас

Баннер  
верхней  
новости:

Обзор...

файл не выбран.

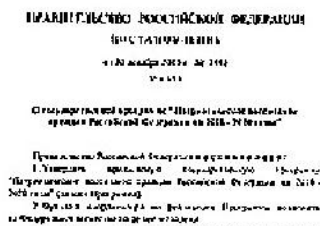
Для отображения новости на главной странице сайта отметьте чекбокс «Выводить на главной»:

Минтруд назвал лучшие кадровые практики в России» (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) (8) (9) (10) (11) (12) (13) (14) (15) (16) (17) (18) (19) (20) (21) (22) (23) (24) (25) (26) (27) (28) (29) (30) (31) (32) (33) (34) (35) (36) (37) (38) (39) (40) (41) (42) (43) (44) (45) (46) (47) (48) (49) (50) (51) (52) (53) (54) (55) (56) (57) (58) (59) (60) (61) (62) (63) (64) (65) (66) (67) (68) (69) (70) (71) (72) (73) (74) (75) (76) (77) (78) (79) (80) (81) (82) (83) (84) (85) (86) (87) (88) (89) (90) (91) (92) (93) (94) (95) (96) (97) (98) (99) (100) (101) (102) (103) (104) (105) (106) (107) (108) (109) (110) (111) (112) (113) (114) (115) (116) (117) (118) (119) (120) (121) (122) (123) (124) (125) (126) (127) (128) (129) (130) (131) (132) (133) (134) (135) (136) (137) (138) (139) (140) (141) (142) (143) (144) (145) (146) (147) (148) (149) (150) (151) (152) (153) (154) (155) (156) (157) (158) (159) (160) (161) (162) (163) (164) (165) (166) (167) (168) (169) (170) (171) (172) (173) (174) (175) (176) (177) (178) (179) (180) (181) (182) (183) (184) (185) (186) (187) (188) (189) (190) (191) (192) (193) (194) (195) (196) (197) (198) (199) (200) (201) (202) (203) (204) (205) (206) (207) (208) (209) (210) (211) (212) (213) (214) (215) (216) (217) (218) (219) (220) (221) (222) (223) (224) (225) (226) (227) (228) (229) (230) (231) (232) (233) (234) (235) (236) (237) (238) (239) (240) (241) (242) (243) (244) (245) (246) (247) (248) (249) (250) (251) (252) (253) (254) (255) (256) (257) (258) (259) (260) (261) (262) (263) (264) (265) (266) (267) (268) (269) (270) (271) (272) (273) (274) (275) (276) (277) (278) (279) (280) (281) (282) (283) (284) (285) (286) (287) (288) (289) (290) (291) (292) (293) (294) (295) (296) (297) (298) (299) (300) (301) (302) (303) (304) (305) (306) (307) (308) (309) (310) (311) (312) (313) (314) (315) (316) (317) (318) (319) (320) (321) (322) (323) (324) (325) (326) (327) (328) (329) (330) (331) (332) (333) (334) (335) (336) (337) (338) (339) (340) (341) (342) (343) (344) (345) (346) (347) (348) (349) (350) (351) (352) (353) (354) (355) (356) (357) (358) (359) (360) (361) (362) (363) (364) (365) (366) (367) (368) (369) (370) (371) (372) (373) (374) (375) (376) (377) (378) (379) (380) (381) (382) (383) (384) (385) (386) (387) (388) (389) (390) (391) (392) (393) (394) (395) (396) (397) (398) (399) (400) (401) (402) (403) (404) (405) (406) (407) (408) (409) (410) (411) (412) (413) (414) (415) (416) (417) (418) (419) (420) (421) (422) (423) (424) (425) (426) (427) (428) (429) (430) (431) (432) (433) (434) (435) (436) (437) (438) (439) (440) (441) (442) (443) (444) (445) (446) (447) (448) (449) (450) (451) (452) (453) (454) (455) (456) (457) (458) (459) (460) (461) (462) (463) (464) (465) (466) (467) (468) (469) (470) (471) (472) (473) (474) (475) (476) (477) (478) (479) (480) (481) (482) (483) (484) (485) (486) (487) (488) (489) (490) (491) (492) (493) (494) (495) (496) (497) (498) (499) (500) (501) (502) (503) (504) (505) (506) (507) (508) (509) (510) (511) (512) (513) (514) (515) (516) (517) (518) (519) (520) (521) (522) (523) (524) (525) (526) (527) (528) (529) (530) (531) (532) (533) (534) (535) (536) (537) (538) (539) (540) (541) (542) (543) (544) (545) (546) (547) (548) (549) (550) (551) (552) (553) (554) (555) (556) (557) (558) (559) (560) (561) (562) (563) (564) (565) (566) (567) (568) (569) (570) (571) (572) (573) (574) (575) (576) (577) (578) (579) (580) (581) (582) (583) (584) (585) (586) (587) (588) (589) (590) (591) (592) (593) (594) (595) (596) (597) (598) (599) (600) (601) (602) (603) (604) (605) (606) (607) (608) (609) (610) (611) (612) (613) (614) (615) (616) (617) (618) (619) (620) (621) (622) (623) (624) (625) (626) (627) (628) (629) (630) (631) (632) (633) (634) (635) (636) (637) (638) (639) (640) (641) (642) (643) (644) (645) (646) (647) (648) (649) (650) (651) (652) (653) (654) (655) (656) (657) (658) (659) (660) (661) (662) (663) (664) (665) (666) (667) (668) (669) (670) (671) (672) (673) (674) (675) (676) (677) (678) (679) (680) (681) (682) (683) (684) (685) (686) (687) (688) (689) (690) (691) (692) (693) (694) (695) (696) (697) (698) (699) (700) (701) (702) (703) (704) (705) (706) (707) (708) (709) (710) (711) (712) (713) (714) (715) (716) (717) (718) (719) (720) (721) (722) (723) (724) (725) (726) (727) (728) (729) (730) (731) (732) (733) (734) (735) (736) (737) (738) (739) (740) (741) (742) (743) (744) (745) (746) (747) (748) (749) (750) (751) (752) (753) (754) (755) (756) (757) (758) (759) (760) (761) (762) (763) (764) (765) (766) (767) (768) (769) (770) (771) (772) (773) (774) (775) (776) (777) (778) (779) (780) (781) (782) (783) (784) (785) (786) (787) (788) (789) (790) (791) (792) (793) (794) (795) (796) (797) (798) (799) (800) (801) (802) (803) (804) (805) (806) (807) (808) (809) (810) (811) (812) (813) (814) (815) (816) (817) (818) (819) (820) (821) (822) (823) (824) (825) (826) (827) (828) (829) (830) (831) (832) (833) (834) (835) (836) (837) (838) (839) (840) (841) (842) (843) (844) (845) (846) (847) (848) (849) (850) (851) (852) (853) (854) (855) (856) (857) (858) (859) (860) (861) (862) (863) (864) (865) (866) (867) (868) (869) (870) (871) (872) (873) (874) (875) (876) (877) (878) (879) (880) (881) (882) (883) (884) (885) (886) (887) (888) (889) (890) (891) (892) (893) (894) (895) (896) (897) (898) (899) (900) (901) (902) (903) (904) (905) (906) (907) (908) (909) (910) (911) (912) (913) (914) (915) (916) (917) (918) (919) (920) (921) (922) (923) (924) (925) (926) (927) (928) (929) (930) (931) (932) (933) (934) (935) (936) (937) (938) (939) (940) (941) (942) (943) (944) (945) (946) (947) (948) (949) (950) (951) (952) (953) (954) (955) (956) (957) (958) (959) (960) (961) (962) (963) (964) (965) (966) (967) (968) (969) (970) (971) (972) (973) (974) (975) (976) (977) (978) (979) (980) (981) (982) (983) (984) (985) (986) (987) (988) (989) (990) (991) (992) (993) (994) (995) (996) (997) (998) (999) (1000)



01 ЯНВАРЯ 2016

Молодые специалисты на службе у государства



01 ЯНВАРЯ 2016

Правительство утвердило госпрограмму патриотического воспитания



31 ДЕКАБРЯ 2015

С наступающим Новым 2016 годом!



Чекбокс «Верхняя» позволит опубликовать новость в большом блоке на главной странице:

### Главные новости



© 2014-2015

Поле с датой публикации генерируется автоматически и может быть изменено при необходимости.

### Социальные сети

Чтобы добавить ссылку на новость в социальных сетях, нужно в соответствующем разделе кликнуть на ссылку «Показать»:

Ссылки на новость в социальных сетях (Показать)

После этого откроется область с текстовыми полями для добавления ссылок на новость в социальных сетях:

Показать / Скрыть

ВКонтакте:

Facebook:

Twitter:

Instagram:

YouTube:

### Связанный контент

При необходимости можно задать новости связанные метки региона и страны, направления, персоны и мероприятия.

Для добавления метки региона кликните по нужному региону в блоке «Доступные метки региона» и нажмите на стрелку «Вправо», после чего нужный регион попадет в блок «Выбранные метки региона»:

Метки региона: Доступные Метки региона

Адыгея

Адыгея

Алтай

Алтайский край

Амурская обл.

Архангельская обл.

Астраханская обл.

Башкортостан

Белгородская обл.

Брянская обл.

Бурятия

Владимирская обл.

Волгоградная обл.

Вологодская обл.

Выбрать все (+)

Удалить все (-)

Добавление метки страны аналогично добавлению региона.

Для добавления связанных направлений, персон и мероприятий начните вводить в текстовом поле соответствующее название/имя и выберите нужное из предложенных вариантов:

Метки направления: Кадры в сфере ГМП (kadry-v-sfere-gmp) Начните вводить текст для поиска

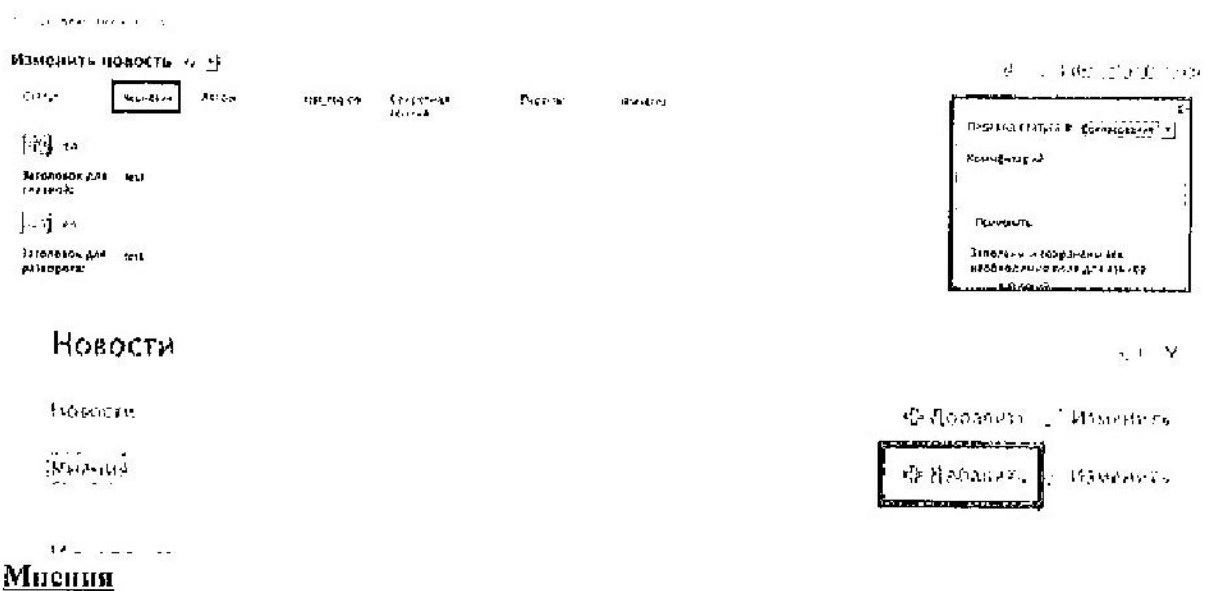
Персоны: Начните вводить имя

Если нужное значение найти не удалось, его можно добавить, нажав на кнопку с плюсом напротив соответствующей метки. В открывшейся форме нужно заполнить все обязательные поля и сохранить изменения.

Обратите внимание: все поля с названиями, выделенными жирным шрифтом, обязательны для заполнения.



**Важно!** После создания новость имеет статус «Черновик» и не отображается на сайте. Для изменения статуса воспользуйтесь соответствующим блоком в режиме редактирования новости;



### Добавление мнений

Как и новость, добавить новое мнение на сайт можно двумя способами:

- С главной страницы административной панели.
- В режиме редактирования всех мнений.




Далее необходимо заполнить соответствующие поля формы:

### Дата публикации

Генерируется автоматически.

## Новость


Позволяет добавить связанную новость. Начните вводить название публикации в текстовом поле и выберите нужный вариант из предложенного списка. При нажатии на иконку «плюс» справа от поля можно также добавить новую новость.

Новость: Начните вводить ID или заголовок 

## Имя, фото, персона

Задайте информацию об авторе мнения. Имя и фото могут заполняться произвольно, поле «Персона» позволяет выбрать связанную персону из уже заведенных на сайте для выбора начните вводить имя в текстовом поле и выберите соответствующее из предложенных вариантов.

Имя:

Фото: Обзор...  Файл не выбран.

Имя Персона: рату

Ссылка на персону

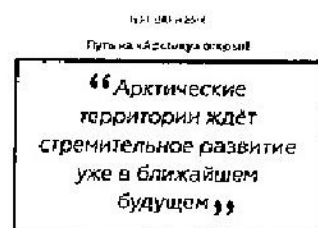
 **Гульсена Ксения Денисовна**

Название

## Название (главная цитата) мнения

Обязательное текстовое поле.

### Вид на сайте:



Владимир Орлов

### Содержание мнения

Обязательное текстовое поле с полным текстом мнения.

### Ссылки на мнение в социальных сетях

Заполняется аналогично блоку социальных сетей в разделе новостей.

### Связанный контент

Заполняется аналогично блоку связанного контента в разделе новостей.

Обратите внимание: все поля с названиями, выделенными жирным шрифтом, обязательны для заполнения.

Важно! После создания мнение имеет статус «Черновик» и не отображается на сайте. Для изменения статуса воспользуйтесь соответствующим блоком в режиме редактирования мнения (аналогично публикации новости).

### Региональные организации

#### *Добавление региональной организации*

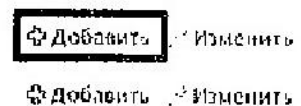
Добавить региональную организацию можно двумя способами, описанными ниже.

В блоке «Агентство» выберите функцию «Добавить»:

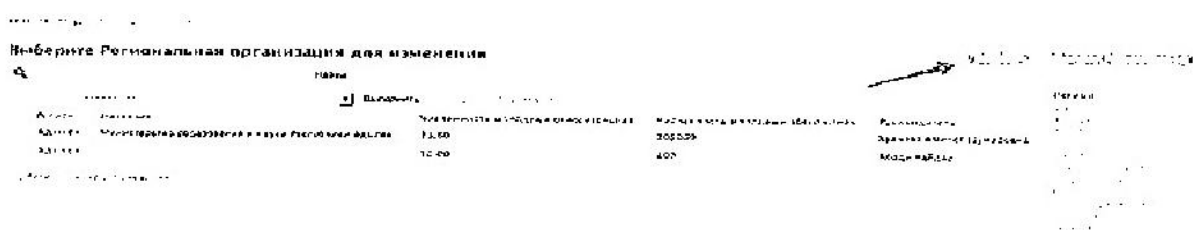
#### Агентство

Региональные организации

Организации



Либо зайдите внутрь раздела со всеми организациями и выберите функцию «Добавить Региональную организацию» в правом верхнем углу:



Далее необходимо заполнить поля формы. Если региональная организация должна отображаться также в англоязычной версии сайта, то требуется заполнить эти поля еще раз на английском языке, предварительно поменяв переключатели на значение «en».

Перечень полей для заполнения:

#### **Чекбокс «Опубликовано»**

Позволяет опубликовать или скрыть региональную организацию с сайта.

#### **Название**

Текстовое поле, содержащее название региональной организации.

#### **Герб**

Изображение герба региональной организации.

#### **Численность молодежи относительная**

Численное значение, текстовое поле.

#### **Численность молодежи абсолютная**

Численное значение, текстовое поле.

#### **Блок контактной информации**

Заполните контактную информацию о региональной организации: адрес, график работы, основной телефон, дополнительные телефоны, e-mail, адрес сайта, связанные организации (начните вводить название и выберите подходящую из предложенного списка или заведите новую, нажав на иконку «плюс» справа от поля).

#### **Ссылки на организацию в социальных сетях**

Вставьте в текстовые поля соответствующие адреса (url), связанные с региональной организацией в социальных сетях.

#### **Связанные персоны**

Начните вводить имя персоны, чтобы выбрать подходящую из предложенного списка.

Чекбоксом справа определите роль персоны в организации:

**Обратите внимание: все поля с названиями, выделенными жирным шрифтом, обязательны для заполнения.**

**Важно!** Куратор от ФАДМ назначается модераторами сайта от Агентства и не может быть изменен в рамках редактирования пользователем группы регионов.

### Организации

#### *Добавление организации*

Добавить организацию можно двумя способами, описанными ниже.

В блоке «Агентство» выберите функцию «Добавить»:

Агентство

13 ▼

Региональные организации

⚡ Добавить | Изменить

Организации

⚡ Добавить | Изменить

Либо зайдите внутрь раздела со всеми организациями и выберите функцию «Добавить организацию» в правом верхнем углу:

Главная | Группы | Организации

Выберите Организация для изменения

13.000.000.000.000

13

Роль

13.000.000.000.000

Имя

13

Руководитель

Абдулла И. Каримов

Дата создания

9 июля 2015 г. 16:38:10

Дата обновления

9 июля 2015 г. 16:38:30

Далее необходимо заполнить поля формы. Если организация должна отображаться также в англоязычной версии сайта, то требуется заполнить эти поля еще раз на английском языке, предварительно поменяв переключатели на значение «en».

Перечень полей для заполнения:

### **Название**

Текстовое поле, содержащее название организации.

### **Блок контактной информации**

Заполните контактную информацию о региональной организации: адрес, график работы, основной телефон, дополнительные телефоны, e-mail, адрес сайта, руководитель (начните вводить имя и выберите подходящую персону из предложенного списка).

### **Ссылки на организацию в социальных сетях**

Вставьте в текстовые поля соответствующие адреса (url), связанные с организацией в социальных сетях.

**Обратите внимание:** все поля с названиями, выделенными жирным шрифтом, обязательны для заполнения.

## Раздел 2. Техническое задание по оформлению новостей в анонсов для сайта Росмолодежи

### Оформление новости для сайта Федерального агентства по делам молодежи.

#### *1. Заголовок*

Каждая новость начинается с заголовка.

1.2. Заголовок является самой главной частью новости.

1.3. Решающие факторы при создании заголовка: удобочитаемость, привлекательность, информативность, краткость.

1.4. Базовый размер заголовка – 5 - 8 слов.

1.5. Главное в заголовке – глагол.

1.6. Заголовок пишется до текста (по возможности).

Глагол в заголовке никогда не должен стоять в настоящем времени – либо «обсудили», либо «обсудят».

Заголовок должен быть хлестким, ярким и креативным (за исключением важных общероссийских событий с участием первых лиц. В данном случае старайтесь придерживаться официального стиля).

#### *2. Текст новости*

2.1. Оформление текста.

2.1.1. Объем текста – 1 500 - 2 000 символов/4-6 абзацев.

2.1.2. Кавычки – «ёлочки».

2.1.3. В именах отчество не указывается (НЕТ: Иван Иванович Иванов, И.И. Иванов, ДА: Иван Иванов. Исключения: Владимир Владимирович Путин, Дмитрий Анатольевич Медведев).

2.1.4. Должности при первичном упоминании прописываются полностью, при повторном – можно сокращать (Исключение: «полпред» всегда прописываем полностью).

2.1.5. Стиль текста – официально-деловой/информационный.

2.2. Структура сообщения строится по принципу перевернутой пирамиды

2.3. Перевернутой пирамиде обычно сопутствует лид – 1 абзац, предваряющий новость и содержащий ответы на самые важные вопросы.

2.4. Хороший текст должен отвечать на основные вопросы. Традиционно эти вопросы выражаются формулой 5W+H. Пять W это What? (Что), Who? (Кто?), Where? (Где?), When? (Когда?) и Why? (Почему?/Зачем?). H — это How?, то есть «Как?».

2.5. Текст завершается отбивкой – справочной информацией, фоном, предшествующей новости историей.

2.6. Избегайте использования штампов, канцеляризмов и слов-паразитов (пример: должен быть, может быть, таким образом, однако, того, что, того/к тому же, кетати, в частности/например/так и т.д.)

## Оформление анонса для сайта Федерального агентства по делам молодежи.

### 3. Текст анонса

#### 3.1. Оформление текста.

3.1.1. Объем текста – 1 000 - 1 500 символов/4-6 абзацев.

3.1.2. Кавычки – «ёлочки».

3.1.3. В именах отчество не указывается (НЕТ: Иван Иванович Иванов, И.И. Иванов. ДА: Иван Иванов. Исключения: Владимир Владимирович Путин, Дмитрий Анатольевич Медведев).

3.1.4. Должности при первичном упоминании прописываются полностью, при повторном можно сокращать (Исключение: «полпред» всегда прописываем полностью).

3.1.5. Стиль текста – официально-деловой/информационный.

3.2. Структура сообщения строится по принципу перевернутой пирамиды.

3.3. Перевернутой пирамиде обычно сопутствует лид – 1 абзац, предваряющий новость и содержащий ответы на самые важные вопросы.

3.4. Задача анонса – коротко изложить суть события, привлечь СМИ. Избегайте использования штампов, канцеляризмов и слов-паразитов (пример: должен быть, может быть, таким образом, однако, того, что, того/к тому же, кстати, в частности/например/так и т.д.).

3.5. После текста анонса обязательно указываются:

Дата и время: дд.мм.гг., 00:00

Место: город, улица, дом, корпус/подъезд (можно указать ориентир, например, гостиница «Юбилейная»)

Спикеры: (перечисляем ключевых спикеров, подтвердивших участие в мероприятии)

– Иван Иванов, должность (полностью)

\*Спикерами также могут быть участники мероприятия (так и прописывается).

Контактное лицо: ФИО, контактный телефон и адрес электронной почты.

3.6. Оптимальное время размещения анонсов – за 10 дней до старта мероприятия.



### Раздел 3. Требования к фотографиям

#### 1. Техника

–Количество мегапикселей не менее 20.

Подходящие фотокамеры–

– Canon:

5D Mark III

6D

1DX

5DS

–Nikon:

d750

d810

d800

d600

–Fujifilm:

X-pro2

–Sony

Alpha A7R

Использование цифровых среднеформатных камер так же допустимо.

#### 2. Настройки

– Используемое фокусное расстояние в полнокадровом эквиваленте 100 – 200 мм.

– Объективы с фиксированным фокусным расстоянием – 105мм, 135мм, 180мм, 200 мм.

– Светочувствительность используется минимально возможная для съемки в формате raw конкретной фотокамеры.

– Диафрагма закрыта в значениях от 5.6 до 8.

#### 3. Освещение

– Фотосъемка ведется с использованием импульсных источников освещения одной марки производителя, без наличия видимых любоых других источников освещения (лампы в помещении, солнечный свет, отражения от цветных поверхностей и т.д.)

– При съемке мужчин используется освещение классическое с расположением источника освещения под углом 45 градусов относительно человека по наклону и по направлению света.

– Модификатором для основного (рисующего) источника освещения может быть октабокс или зонт-софтбокс диаметром не менее 80 см или софтбокс размером не менее 80см x 120см.

– Контрольный источник света должен использоваться с противоположной стороны от рисующего по диагонали.

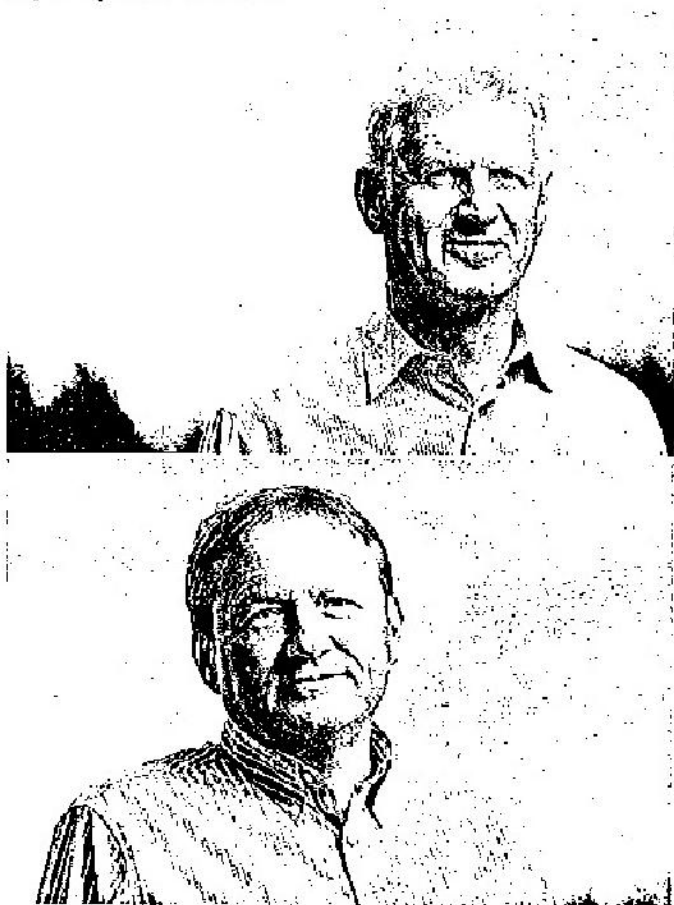
– Модификатором для контрольного источника света может быть стрипбокс, зонт на просвет, зонт на отражение или софтбокс.

- Контрольное освещение должно быть мягким, по мощности отражения на коже должно быть ниже, чем основной рисующий источник освещения.
- Сильный контраст в освещении крайне нежелателен.

#### 4. Кадрирование

- Портрет снимается горизонтально, кадрирование с небольшим запасом от головы, нижняя граница кадра на уровне несколько ниже груди, чтобы остался запас на вертикальное перекадрирование.
- Расположение человека относительно фотографа:  $\frac{3}{4}$  и  $\frac{2}{3}$ .
- Ракурс съемки идет с чуть нижней точки.
- Требуются снимки как с направлением взгляда в камеру, так и с направлением взгляда в сторону.
- Фон может быть использован в белом или сером цветах.
- Фон должен быть отделен от человека расстоянием.

Примеры освещения:



– Рисующий источник освещения при съемке женского портрета сдвинут относительно модели ближе к фотографу для создания меньшего контраста.

Пример:



– Фотография высылается через файлообменник в форматах raw и jpg без обработки.

Название папки в файлообменнике должно быть по примеру – Регион – Город– Фамилия Имя Отчество (Смоленская область – Смоленск – Неверов Сергей Иванович)

Количество фотографий:

–2 итоговые, итоговые фотографии в анфас.

–2 итоговые, итоговые фотографии в  $\frac{3}{4}$  с направлением взгляда в камеру и в сторону.

–2 итоговые, итоговые фотографии в  $\frac{2}{3}$  с направлением взгляда в камеру и в сторону.

### Фотосъемка

- Используемые фокусные расстояния 35-200 в 35 мм эквиваленте.
- В среднем фокусном расстоянии (35-85 мм в 35 мм эквиваленте) используются светосильные объективы с фиксированным фокусным расстоянием при условии, что такая возможность, если ситуация предполагает постоянную смену объективов то используются светосильные зум-объективы.
- Широкий угол используется только в той ситуации, в которой нет никакой возможности снимать на ровном фокусном расстоянии.
- На камере выставлен цветовой профиль «Стандартный», «Нормальный» или «Classic Chrome» в зависимости от марки камеры, контраст и насыщенность выставлены в значение минус 1.
- Фотографии снимаются в высоком ключе и светлой тональности.
- При съемке со вспышкой и на улице, выставляется баланс белого 5000 Кельвинов без сдвигов по оттенку.
- Кадрирование строится на том, что кадр будет использоваться основным размером 16x9, фотографии строго горизонтальные.
- При любой съемке в помещении в отсутствии равномерного освещения и балансом белого используется выносная вспышка на отражение, если такой возможности нет, то используется прямая выносная вспышка с модификаторами.
- Фотографии должны отвечать на 3 вопроса – когда, где и что происходит в кадре.
- Со съемки требуется разнообразие ракурсов, а так же разнообразие планов: должны быть крупные, средние и общие планы.
- Фотографии должны быть простыми, понятными, естественными, информация из кадра должна легко считываться любым зрителем.

### Обработка

- Обработка производится в Capture One.
- ICC - профиль выставляется Classic Chrome, тип кривой – Linear Response. (ссылка для скачивания - <https://www.dropbox.com/s/69ol42b445vy48g/Classic%20Chrome.icc?dl=0>).
- Контраст правится посредством кривой RGB, точка черного и белого сдвинуты, сохраняя при этом объем в фотографии, конечная цель получить мягкий и аккуратный контраст в полутонах.
- Обработка производится в стилистике высокого ключа и светлой тональности, для этого используется повышение Brightness при нормальной экспозиции.
- Тон фотографий нейтральный, без явных перекосов в зеленый или розовый оттенок.
- Легкое тонирование в теплые оттенки возможно при условии сохранения естественного цвета в реперных нейтралах.

- В кадре должна присутствовать вариативность по цвету путем правки в цветовых кругах светлоты, оттенка и насыщенности.

- Экспорт фотографий производится в цветовом пространстве sRGB, качество 100%, разрешение 300 пикселей на дюйм, без правки по размерам в пикселях. Перевод в другие размеры делается по запросу.

- Структура папок для работы – Год/месяц/день месяца/официальное название события, в данной папке находятся 2 подпапки – raw и jpg,

- Все raw файлы со съемки хранятся в течение месяца, после чего безвозвратно удаляются.

- Наименование файлов, что raw, что jpg имеют вид – год.месяц.день – час.минута.секунда\_инициалы автора фотографии.

- Фотографии после экспорта дублируются на внешний носитель, dropbox, или yandex.disk

#### Раздел 4. Типичные ракурсы полностранич для сайта Росмолодежи

Картинка должна отвечать на 3 вопроса:

- Что происходит?
- Где происходит?
- Когда происходит?

Если картинка сама отвечает на все 3 вопроса - это отлично.

Если на два вопроса - то это хорошо.

Если на один - то это удовлетворительно.

Иногда нам и не требуется, чтобы картинка отвечала на хоть сколько-нибудь вопросов, но она должна иллюстрировать новость.

Ниже приведены примеры фотографий, размещенных в новостной ленте Росмолодежи.

##### *Пример съемки официальных мероприятий*

От слов к делу: ключевые этапы подготовки к Всемирному фестивалю молодежи и студентов обсудили в ТАСС



Плюсы фотографии:

- + Некоторые из спикеров смотрят в кадр.
- + Сразу видно о чем идет разговор – по бокам логотипы мероприятия, о котором идет речь.
- + Есть публика в зале – вероятно, тема вызывает интерес.
- + Видно фотографа, который снимает происходящее – вероятно, тема вызывает интерес еще и у СМИ.

Минусы фотографии:

- В правом верхнем углу видно осветительный прибор.

Что происходит на фотографии? – Очевидно, что идет пресс-конференция, посвященная Всемирному фестивалю молодежи и студентов.

Где происходит действие? – Вероятно, мероприятие принимает информационное агентство ТАСС, это видно по логотипам.

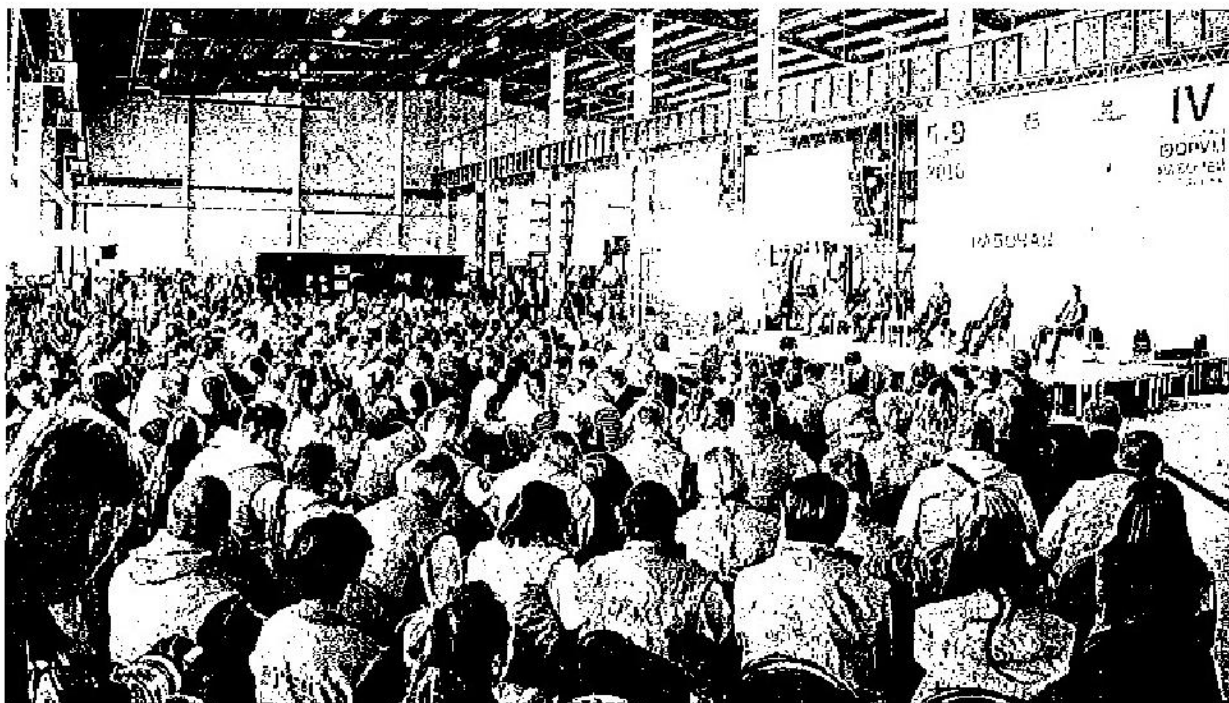
Когда происходит мероприятие? – Однозначно по картинке на этот вопрос ответить нет возможности, однако, предполагается, что новость делается оперативно, значит, дата съемки совпадает с датой публикации новости.

## Главные люди РДШ



*Еще несколько примеров:*

## Всероссийский форум рабочей молодёжи возвращается в цеха



Что происходит? – Мероприятие Российского Движения Школьников, мы можем это понять по логотипам на футболках участников.

Где происходит мероприятие? – Неважно в данном контексте.

Когда происходит событие? – Предполагается, что новость делается оперативно, значит, дата съемки совпадает с датой публикации новости.

Приоритетны фотографии, где видно и спикеров и людей в зале, значит то, что мы делаем важно, нужно и интересно людям.

Это удачный пример иллюстрации к новости.

Что происходит? – IV Форум рабочей молодежи – об этом нам говорит растяжка за спинами спикеров. Об этом же нам повествуют логотипы и надписи на спинах участников.

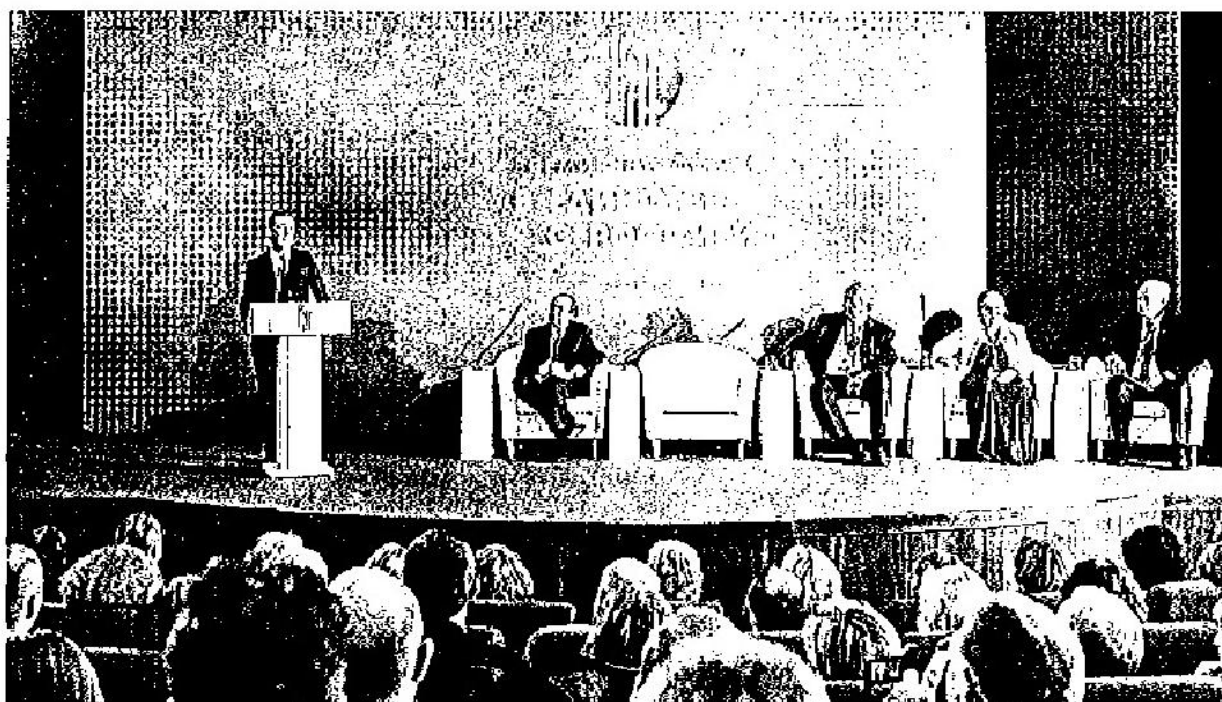
Где происходит событие? – Очевидно в большом, современном цехе.

Когда происходит мероприятие? – В промежуток с 5 по 9 декабря 2016 года – об этом нам тоже сообщает баннер.

Минус фотографии – голова фотографа в нижнем левом углу, вошедшая в кадр.



Обращаясь к молодым соотечественникам, Дмитрий Медведев сказал: «Где бы в мире вы не находились, мы хотим, чтобы вы знали, что у вас есть Родина и она вас всегда ждет!»



Что происходит? Вероятно, Всемирный форум «В единстве с Россией».

Где происходит? В Москве. Есть надпись на баннере.

Когда происходит? 28-29 августа 2016. Есть надпись на баннере.

Единственный диссонанс, который возникает при просмотре фотографии и чтении заголовка – это вопрос, а где же в кадре молодые соотечественники? Очевидно, что среди публики они присутствуют, но в меньшинстве.

Итог:

Каждой новостной фотографией мы стараемся ответить на 3 вопроса (Что? Где? Когда?)

Обращаем внимание на края кадра.

Стараемся всегда включить брендинг мероприятия в кадр.

Стараемся отмечать детали на картинке.

## Нетипичные новостные картинки

Иногда стоит задача нетипично проиллюстрировать те или иные новостные поводы, для этого используется собственный фотобанк. Чаще всего он снимается во время крупных, ключевых событий, а так же, если получается, то подсьем ведется и в течение года.


### Что такое фотобанк?

На каждом мероприятии, где нам удастся собрать полноценную команду, по итогу каждого дня редактор собирает по папкам фотографии, которые он относит к различным категориям.

### Пример:

1. > Фотобанк > Категории

6 участников  
4 пользователя не из вашей рабочей группы Dgorbik



Имя	Изменено	Участники
01 Студенты учатся	--	6
02 Яркие эмоции	--	6
03 Флешмобы	--	6
04 Патриотизм	--	6
05 Спорт	--	6
06 Иностранцы	--	6
07 Конвейер проектов	--	6
08 Волонтеры	--	6
09 Красивые люди	--	6
10 Атрибутика и площадка	--	6
11 Масовость	--	6
12 Экстейдж	--	6

## > 01 Студенты учатся

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### 6 участников

4 пользователя не из вашей рабочей группы Ogorbax



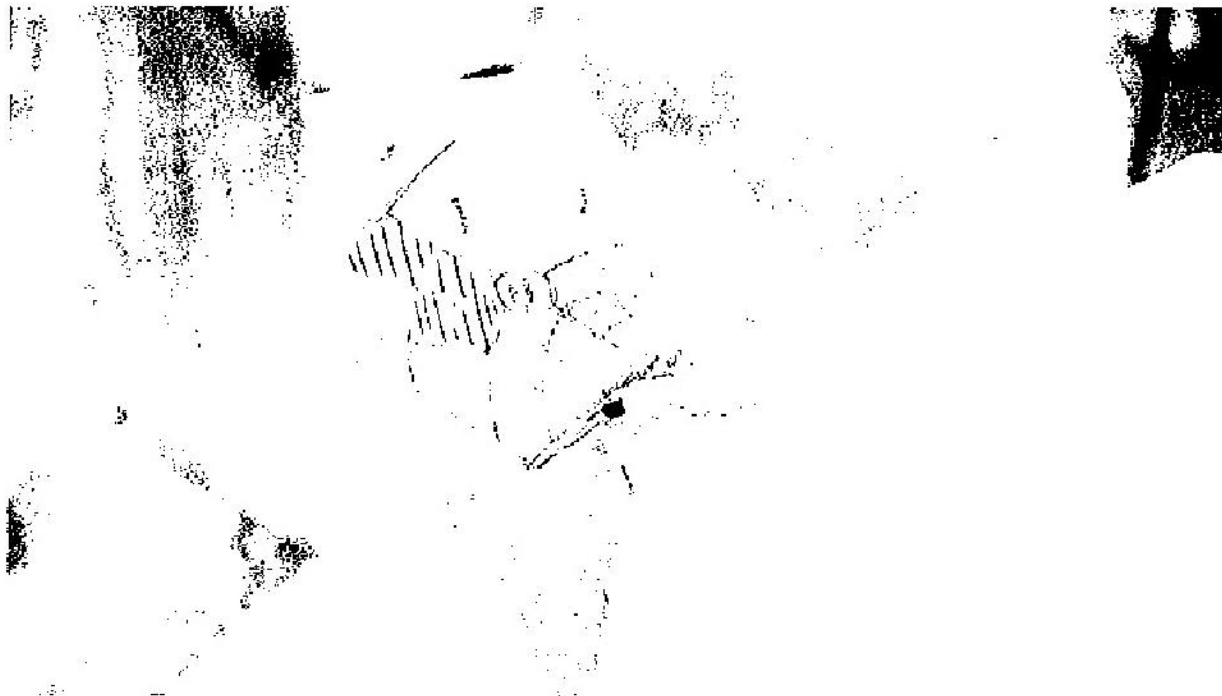
Имя	Изменено	Участники
01 Творчество	--	6
02 Лекции	--	6
03 За компьютером	--	6

Есть общие категории, фотографии которых могут пригодиться в течение года под любые новости, связанные с категорией. К примеру, «Творчество».

### *Пример из работы:*

Нам надо было написать материал про урбанистический форум «Города», проблема заключалась в том, что форум проходит в первый раз и никаких иллюстрированных материалов о нем на тот момент не было, однако на форуме «Таврида» проходила смена архитекторов и урбанистов. Мы заранее сняли фотографии с деталями того, что рисовали люди.

### Форум «Города»: воплощая в жизнь творческие инициативы молодых специалистов

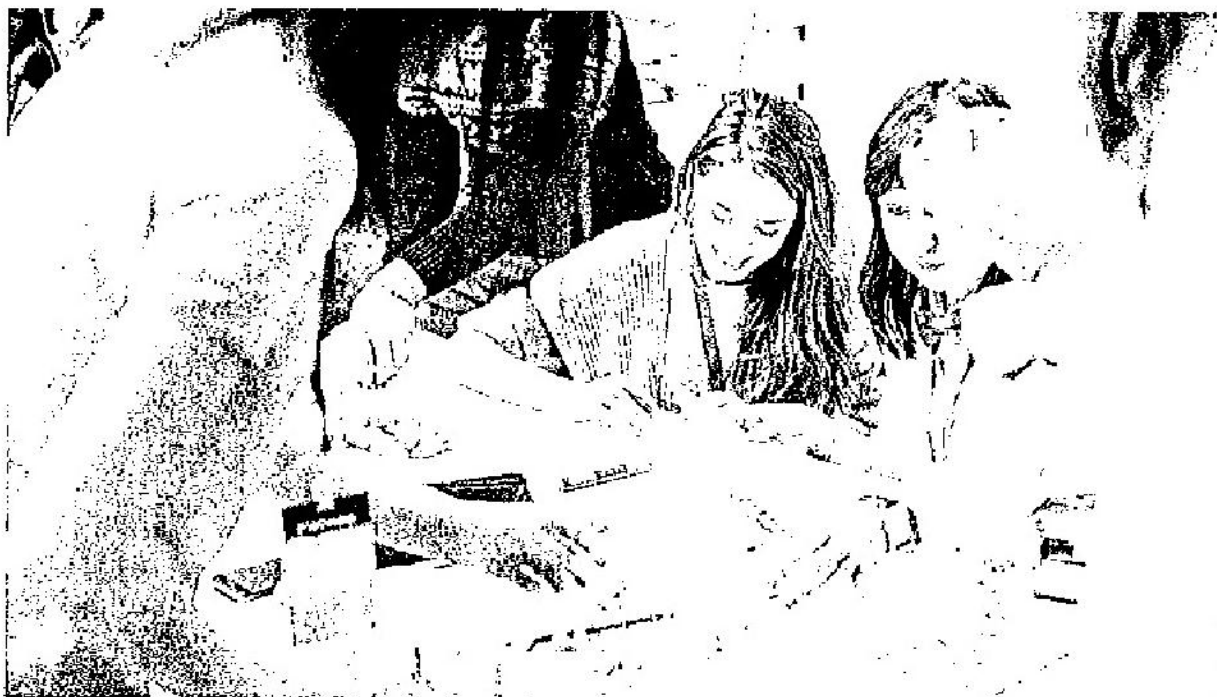


Проведем взаимосвязь между заголовком и иллюстрацией. На фотографии виден строительный план. Строительство, урбанистика, города – взаимосвязанные понятия. План имеет не чертежный строгий вид, в нем добавлены цвета и больше он похож на скетч, что отражает часть про творчество.

Также во время самой съемки этого кадра мы намеренно избегали попадания брендинга форума.

С самого мероприятия мы уже ставили картинку подобного плана:

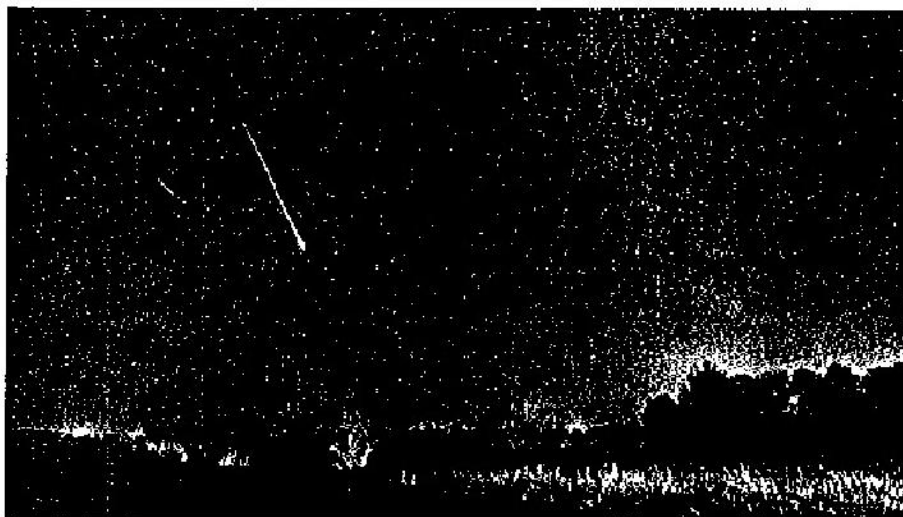
Подлинный патриотизм: участники форума «Города» воплотят в жизнь проект по развитию городской среды в родном регионе



Виден брендинг мероприятия (бейдж), видно что молодые люди с удовольствием (улыбка), а также сосредоточено (девушка с бабочкой) заняты созданием макета с городской средой. Макет при этом обступили достаточно плотно, а, значит, над созданием макета трудится целая команда (мы ведь все помним, что одной из наших задач является создание профессиональных сообществ).

В фотобанке мы храним фотографии на все случаи жизни.  
Например:

В школьную программу вернется астрономия



Летом 2016-ого, во время форума «Территория Смыслов», по прогнозу ожидался метеоритный дождь, а так же безоблачная погода, фотографию сняли по сути, на всякий случай, в сентябре, он наступил, О.Ю. Васильева, Министр образования и науки РФ предложила вернуть в школьный курс уроки астрономии.

К каждому государственному празднику фотографии снимаются заранее.

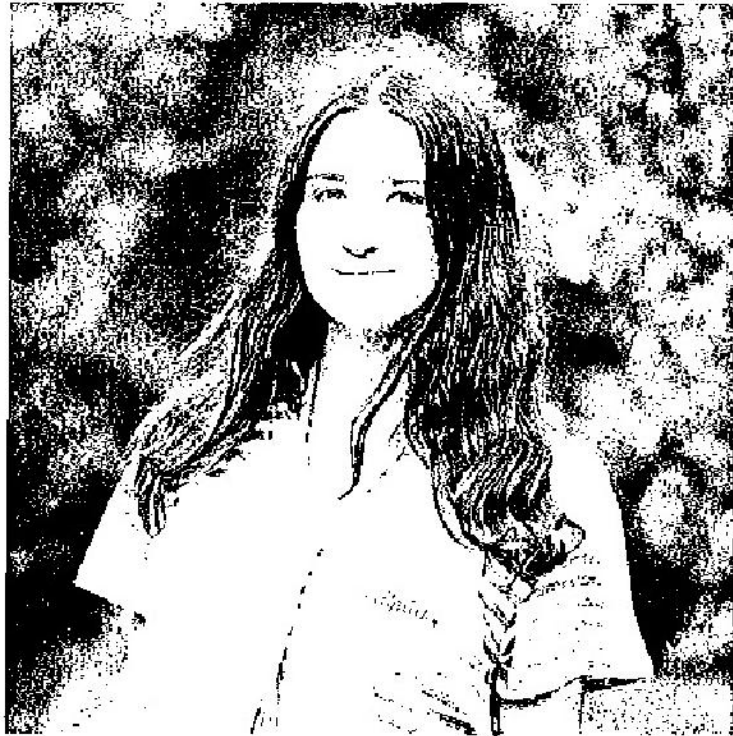
**Фотографии на мнения и истории успеха.**

На нашем сайте в разделе «Мнения» фотографии публикуются в кружке.

Чтобы фотография не исказилась, и лицо вошло в круг при автоматической обработке фотографии сайтом, мы снимаем героя строго по центру кадра, затем кадрируем.

Примеры:





Кадр в квадрате.

И на сайте он будет выглядеть так –



## Раздел 5. Работа с социальными сетями

Официальные аккаунты организации имеют понятные, оригинальные названия и аватарки;

Посты должны быть написаны в едином стиле и публиковаться ежедневно; региональную повестку можно дополнять репостами официальных сетей Росмолодежи, а также новостями реестровых и подведомственных организаций;

Посты о деятельности КДМ или развлекательные посты необходимо выкладывать в официальные аккаунты не реже 2-3 постов в день;

Во всех аккаунтах должна быть прописана подробная информация об организации, точное название, адрес, контактная информация, ссылки на другие социальные сети;

Ежедневно должна работать обратная связь: комментарии пользователей, ответы на вопросы, чистка спама, ненормативной лексики;

Важна безопасность сетей. Не теряйте пароли к аккаунтам, при смене сотрудников меняйте пароли доступа и администраторов страницы;

Наполняйте группы ВК не только новостным контентом (фотоальбомы, интересные страницы, видеоматериалы);

Важно размещать ваши посты на федеральных аккаунтах ФАДМ (репост, хотя бы раз в неделю). Для этого необходимо написать личное сообщение в ВК – Татьяне Рассадниковой, [https://vk.com/ta\\_gass](https://vk.com/ta_gass) с указанием ссылок на ваши публикации (сразу на все социальные сети), куратору интернет-направления в ФАДМ; т. 8-495-668-80-08 (доб.1305) или написав в телеграмм по номеру 8-985-912-90-18.

Социальная сеть:	Текст	Фото
«ВКонтакте»	<ul style="list-style-type: none"><li>- Пост не должен быть большим «полотном» текста;</li><li>- Важно разделять текст по смыслу на абзацы;</li><li>- Максимальный объем текста – не более трех абзацев (в посте должно быть не менее 5, но не более 15 строк);</li><li>- Грамотное написание текстов;</li><li>- Верные тезисы в публикации;</li><li>- Текст написан в едином стиле;</li><li>- При возможности</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Фотография отображает суть мероприятия, описанного в посте;</li><li>- На фотографии запечатлены спикеры, о которых рассказывается в посте;</li><li>- На молодежных мероприятиях лучше выкладывать больше фото с молодыми лицами;</li><li>- Для ВК и ФБ в посте должно быть от 1 до 10 (по возможности) фотографий.</li><li>- Фотографии должны быть четкими;</li></ul>

	сокращения текста в посте оставлять ссылки на публикацию на вашем сайте.	- Размер фото: от 1000 рх. на 700 рх. До 700 рх. на 500 рх.
«Фейсбук»	Основные требования те же, что и в работе в ВК. Тексты на этой площадке могут быть более крупными.	Более подробная информация в ТЗ по работе с фотографиями.
«Твиттер»	- Сообщение понятно и описывает суть мероприятия; - Выделение пиков; пользователей (спикеров) при цитировании; - Написание официальных тегов мероприятия, если они есть; - Прикрепление фотоматериалов; - Прикрепление ссылок на материал на сайте; - Грамматически верное сообщение.	
«Инстаграм»	- Описание к фотографии написано грамматически верно, отображает суть мероприятия; - Текст-описание не должен быть более 15 строк; - Текст написан в едином стиле; - Актуально выделение ника @rosmolodez Обязательно ежедневное размещение сторис.	- Фотографии должны отображать суть события; - Фотографии должны быть качественно сняты; - Фотографии по уникальным, интересным, нестандартным мероприятиям.  Более подробная информация – в ТЗ по работе с фотографиями.