

Платформа бренда «Госуслуги». Основные языковые компоненты

[Общие принципы бренда](#)

- [1. Польза](#)
- [2. Простота](#)
- [3. Единство](#)

[Мифология и образ бренда](#)

[Языковое и смысловое наполнение бренда](#)

- [1. Запоминающийся слоган](#)
- [2. Ограниченное число языковых формул](#)
- [3. Простой и ясный язык](#)

[Пример использования языковых стандартов бренда](#)

Общие принципы бренда

1. Польза

Миссия госуслуг — помочь гражданам решать насущные проблемы. Главная ценность портала, мобильных приложений, групп в соцсетях и всей коммуникации — помогать гражданам решать насущные проблемы.

Следствия:

Любая коммуникация от лица бренда должна нести понятную людям пользу.

Польза от любой коммуникации должна быть ясно сформулирована.

Никакие информационные поводы, новости или выход новых возможностей портала, а также любые другие события и явления не могут становиться поводом для коммуникации до тех пор, пока не сформулирована понятная людям польза от этой коммуникации.

2. Простота

Госуслуги — это интерфейс между сложным государством и не менее сложной жизнью граждан. Миссия госуслуг — помочь гражданам решать насущные проблемы максимально просто, даже в тех областях, которые касаются сложных государственных процессов.

Следствия:

Любую коммуникацию нужно максимально упрощать. Избегать использование терминов и аббревиатур, канцеляризмов, сложных синтаксических и смысловых конструкций.

Любая коммуникация должна быть сложной ровно настолько, насколько это необходимо для решения насущной проблемы человека.

Если сущность, термин, аббревиатура или любой другой предмет коммуникации не влияют на поведение человека, то человек не должен о ней знать.

3. Единство

Госуслуги — единая точка контакта человека с государством. У граждан должна складываться четкая связь, что госуслуги — это государство. По любым вопросам к государству обращаться к госуслугам.

Следствия:

Следует минимизировать количество названий сущностей, с которыми контактирует человек. По возможности исключить из коммуникации названия подсистем (например, ЕЛК, ЕАИЦ или ИПШ). Уменьшить количество названий организация, в которые человек обращается по тому или иному вопросу.

Если что-то корректно назвать госуслугами — это должно называться госуслугами

Мифология и образ бренда

Смысловое наполнение бренда основывается на представлении о госуслугах как о помощнике на всех этапах жизненного пути человека.

На протяжении жизни человек регулярно попадает в ситуации, когда ему нужна помощь государства: рождение, поступление в детский сад и школу, лечение, получение паспорта, поиск работы, создание семьи, приобретение имущества, уход за здоровьем, получение социальной помощи и др. Все эти жизненные ситуации так или иначе связаны с госуслугами.

Госуслуги — это спутник человека через всю жизнь. Госуслуги помогают человеку справляться с бытовыми задачами, вести здоровую, комфортную и счастливую жизнь. Госуслуги — на все случаи жизни.

Задача бренда — приучить граждан к мысли, что государство — не враг, не проблема, не трудность. Государство — это помощник. Государство на твоей стороне. Государство делает твою жизнь удобнее, чтобы ты мог заниматься более важными вещами.

Госуслуги дружелюбные, но сдержанные. Исключено панибратство и неформальное общение.

Госуслуги вежливые, но не услужливые. В них нет лакейства и самоуничижения. Госуслуги — это общение равных. Государство уважает человека и требует такого же уважения к себе.

Госуслуги честные, открытые и прямолинейные. В госуслугах нет места загадочному креативу, намекам, иронии, сарказму, иносказательности, языковой игре, высококонтекстуальным шуткам.

Госуслуги непростые, но ясные. Госуслуги — это интерфейс между человеком и сложной государственной системой, цель которого — помочь решить проблему. Ясность госуслуг достигается за счет ясной структуры, визуальной, смысловой и языковой чистоты, следования канонам информационного стиля текста.

Языковое и смысловое наполнение бренда

1. Запоминающийся слоган

Бренд использует два слогана, в зависимости от субъекта коммуникации:

Коммуникация относительно портала госуслуг и экосистему электронных госуслуг в целом

Госуслуги. На все случаи жизни

Коммуникация относительно отдельных услуг и решения конкретных бытовых задач пользователей

Госуслуги. Проще, чем кажется

Задача слоганов — транслировать общие принципы бренда: пользу, простоту и единство.

Для соблюдения принципа единства запрещено создавать дополнительные слоганы для продвижения отдельных услуг

2. Ограниченное число языковых формул

В любой рекламной коммуникации может использоваться одна из трех формул общения с аудиторией:

Формула «Польза»

Решение насущной проблемы + УТП + конкретный призыв к действию

Оплатить штрафы ГИБДД без очереди

Проверьте свои штрафы и оплатите их банковской картой на госуслугах

Формула «Сценарий»

Высказывание от лица пользователя госуслуг в настоящем или прошедшем времени + принадлежность к госуслугам

Оплатил штрафы ГИБДД на госуслугах

(визуал: мужчина в обстановке кафе с планшетом смотрит в окно)

Формула «Аффирмация»

Позитивное обещание в будущем времени с восклицательным знаком + конкретный призыв к действию + УТП

Штрафы не накопятся!

Проверьте свои штрафы и оплатите их банковской картой на госуслугах за пять минут

Использование той или иной формулы регламентируется форматом, носителем и моментом жизненного цикла аудитории.

В отличие от слоганов, платформа бренда позволяет вводить новые коммуникационные формулы, если они:

1. Соответствуют общим принципам бренда: пользе, простоте, единству.
2. Имеют масштабируемый и формализуемый характер, могут применяться для продвижения нескольких услуг.
3. Состоят из не более чем двух элементов текста: основного заголовка (всегда) и дополнительного поясняющего текста (при необходимости). Других видов текста

в коммуникационных формулах быть не может.

3. Простой и ясный язык

3.1. Первое предложение любой коммуникации всегда представляет собой одно ясное и сильное утверждение.

Нет: запутанно, многословно

С 28 мая пользователи портала ЕПГУ (госуслуг) имеют возможность не только осуществлять проверку налоговой задолженности, но и проводить платежные операции по налоговым задолженностям физических лиц.

Да: коротко, ясно

Теперь на госуслугах можно не только посмотреть задолженности по налогам, но и оплатить их.

3.2. В статьях, справочных материалах и соцсетях любой текст начинается с обозначения пользы.

Нет: о событии

С 28 мая к услуге «Проверка налоговой задолженности» подключена возможность произведения удаленных платежей с помощью банковских карт.

Да: о пользе

Теперь на госуслугах можно не только посмотреть задолженности по налогам, но и оплатить их.

3.3. Статья или любая другая коммуникация может начинаться только с того, что направлено на решение проблемы людей. Нельзя выпускать новости или статьи, в которых с первых слов непонятна польза от их прочтения.

3.4. Сложность любой статьи должна быть обоснована практической применимостью. Если технические детали не влияют на действия человека, он не должен знать об этих технических деталях.

Нет: лишние технические детали не влияют на поведение человека

Для оказания данной услуги необходима учетная запись второго или третьего уровня.

Да: приведены только те детали, которые влияют на поведение человека

Чтобы узнать задолженность по налогам, укажите номер СНИЛС или подтвердите свою личность. [Как это сделать?](#)

3.6 В любой коммуникации запрещены штампы, характерные для канцелярского и официально-делового стиля:

Нет

Во избежание повреждения

В связи с нарушениями в работе

Граждане, проживающие в доме

Да

Чтобы не сломать

Из-за поломки

Жильцы

3.6 Запрещены слова:

вышепредставленный,
вышеперечисленный,
вышеназванный,
вышеуказанный

данный,
настоящий
(в настоящий момент),

осуществлять,
производить

Пример использования языковых стандартов бренда

До

Единый портал государственных и муниципальных услуг (функций) (далее — Единый портал) — федеральная государственная информационная система, обеспечивающая:

— доступ физических и юридических лиц к сведениям о государственных и муниципальных услугах, государственных функциях по контролю и надзору, об услугах государственных и муниципальных учреждений, об услугах организаций, участвующих в предоставлении государственных и муниципальных услуг, размещенных в федеральной государственной информационной системе, обеспечивающей ведение реестра государственных услуг в электронной форме;

— предоставление в электронной форме государственных и муниципальных услуг, услуг государственных и муниципальных учреждений и других организаций, в которых размещается государственное задание (заказ) или муниципальное задание (заказ), в соответствии с перечнями, утвержденными Правительством Российской Федерации и высшими исполнительными органами государственной власти субъекта Российской Федерации;

— учет обращений граждан, связанных с функционированием Единого портала, в том числе возможность для заявителей оставить отзыв о качестве предоставления государственной или муниципальной услуги в электронной форме.

После

На федеральном портале госуслуг можно:

узнать, какие государственные услуги можно получить в вашем городе и регионе,

узнать, кто и как оказывает государственные услуги;

воспользоваться электронными государственными услугами;

оставить электронную заявку на те услуги, для которых нужно личное присутствие;

пожаловаться на некачественные электронные услуги и предложить улучшения.