

ОМСК

Что наиболее значительное удалось сделать в области информационной политики в 2018 году

В 2018 году Администрацией города Омска была продолжена работа по формированию объективной информационной повестки в средствах массовой информации и социальных сетях, обеспечению прямой обратной связи с жителями. Соблюдение принципов максимальной информационной открытости власти, привлечение общественности к практическому участию в социально-экономическом развитии города легли в основу одной из задач стратегии социально-экономического развития Омска до 2030 года, принятой Администрацией города Омска в 2018 году. Продуктивная работа по ее исполнению возможна только в условиях тесного взаимодействия пресс-служб на региональном и муниципальном уровнях. Сегодня это взаимодействие налажено – Главное управление информационной политики Омской области и департамент информационной политики Администрации города Омска решают общие задачи и формируют единое медийное пространство. В 2018 году партнерские отношения были выстроены со всеми региональными медиаструктурами, в том числе эфирными и кабельными телеканалами («Россия 1», «12 канал», «Антенна-7», «Первый городской телеканал», «РБК-Омск»), газетами («Комсомольская правда» в Омске, «Аргументы и факты» в Омске, «Домашняя газета», «Ва-Банкъ», «Коммерческие вести», «Московский комсомолец» в Омске, «Российская газета» и пр.), региональными информационными агентствами («СуперОмск», «Омск-информ», «Ом1», «ОмскЗдесь» и др.).

Благодаря совместной работе в 2018 году одним из наиболее значимых результатов стала организация освещения в СМИ хода реализации двух крупных федеральных проектов - «Безопасные и качественные дороги» и «Формирование комфортной городской среды». В результате в газетах, журналах, на радио и телевидении, в сети «Интернет» появилось в общей сложности более 2000 материалов. Информационные проекты регионального масштаба реализованы в сферах образования, благоустройства, организации работы общественного транспорта и др.

Проактивная модель коммуникации

Актуальные инфоповоды, ведение официальных страниц Администрации города Омска и общение в соцмедиа, оперативное реагирование на критику существенно расширили медиаполе, отражающее работу муниципальных структур: количество сообщений с 26 тыс. в 2017 году выросло до 30 тыс. сообщений в 2018 году. При этом позитивных материалов, содержащих комментарии руководителей Администрации города Омска, информирующих население по тем или иным вопросам, стало больше на 34,5% (в 2018 году – 23597, в 2017 году – 17547 сообщений).

С участием первых лиц Администрации города Омска для средств массовой информации за отчетный период проведено 140 брифингов, пресс-конференций, пресс-туров и пресс-подходов, подготовлено более 400 оперативных официальных комментариев.

Обеспечено издание муниципальных газет «Вечерний Омск – Неделя» (52 номера), «Третья столица» (58 номеров) и пяти газет административных округов города Омска «Вести» (по 10 номеров в каждом административном округе города).

На официальном сайте Администрации города Омска в сети «Интернет» (Омск.рф) организовано наполнение новостной ленты: в 2018 году размещено свыше 3200 информационных сообщений. В формате электронной рассылки в СМИ ежедневно поступает подготовленный Администрацией города Омска информационный бюллетень «Вести мэрии», содержащий основные сведения, оценки, комментарии экспертов и другую полезную информацию о событиях, значимых для формирования информационной повестки дня.

Весной 2018 года Администрацией города Омска активизирована работа в социальных сетях. Так, в мае 2018 года в соцсетях был запущен специальный хештег «#жалоба55» с целью оперативного реагирования на проблемы жителей города.

С 1 августа 2018 года Омская область в числе 10 регионов в тестовом режиме приступила к работе в программе «Медиалогия Инцидент». Ежедневно специалистами Администрации города Омска обрабатывается свыше 20 сообщений, среди которых жалобы, вопросы, отзывы. Мониторинг ведется в 5 социальных сетях: «ВКонтакте», «Одноклассники», «Фейсбук», «Инстаграм» и «Твиттер». Комментарии Администрации города Омска, содержащие точные сведения, указания на объективные причины произошедшего, сроки решения и др. по каждому обращению используются в дальнейшем и СМИ при подготовке своих материалов.

С целью обеспечения эффективной обратной связи в 2018 году получили развитие официальные группы (паблики) омской мэрии на платформе популярных социальных сетей «Фейсбук», «Одноклассники», «Инстаграм». По данным на декабрь 2018 года, их совокупная аудитория вместе с действующим с 2017 года пабликом «Город Омск» в «ВКонтакте» составила 33 тысячи подписчиков. Для них это дополнительная возможность обсуждать вопросы социально-экономического развития города Омска, принимать участие в опросах, оставлять свои комментарии под постами.

Реализация социально значимых проектов в информационной сфере

В 2018 году реализовано 10 рекламных кампаний социальной направленности. В числе ключевых тем – благоустройство и озеленение города, патриотическое воспитание молодежи, ценности здорового образа жизни, соблюдение водителями и пешеходами требований правил дорожного движения, повышение самоидентификации жителей города Омска. Необходимо отметить, что изготовление и размещение аудио- и видеопродукции, макетов наружной рекламы, flash-баннеров таких кампаний как трансляция матчей Чемпионата мира по футболу FIFA-2018, федеральная программа «Формирование комфортной городской среды», общенациональный конкурс по выбору имен для российских аэропортов «Великие имена России» осуществлялось без привлечения бюджетных средств.

В августе 2018 года Администрацией города Омска реализован масштабный информационно-рекламный проект, посвященный празднованию дня основания города. Символом праздника стал логотип, состоящий из первой и последних букв названия города, сопровождаемый слоганом «Омск. Это мы!». Размещенный на

уличных видеозэкранах, билбордах, Интернет-порталах, в телевизионном эфире и социальных сетях, на мониторах и бортах общественного транспорта, на дверях магазинов и др. символ праздника был принят омичами и со временем стал связующим для всех элементов городской среды. В связи с чем, последующее использование логотипа стало актуальным в оформлении всех общегородских праздников.

В 2018 году детский конкурс на лучшую социальную рекламу «Омская линия», проводимый по инициативе Администрации города Омска, отпраздновал 10-летний юбилей. На конкурс было подано рекордно высокое количество заявок – более 700. Главной задачей участников конкурса, школьников и студентов в возрасте от 6 до 17 лет, было выразить в своих эскизах, аудио- и видеороликах, проектах отношение к социальным проблемам и предложить способ их решения. Авторы лучших работ получили награды. Увидеть их работы омичи смогут на городских щитах, видеозэкранах, мониторах в общественном транспорте уже в этом году.

Какие задачи стоят в 2019 году

Продолжение информационных кампаний в рамках федеральных проектов «Безопасные и качественные дороги» и «Формирование комфортной городской среды». Подготовка Омска к проведению Форума межрегионального сотрудничества России и Казахстана, запланированного на 2019 год.

Также в приоритетных задачах – дальнейшее развитие новостного ресурса портала Омск.рф, пабликов Администрации города Омска в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Инстаграм», «Фейсбук», выстраивание отношений с редакциями новых средств массовой информации, появляющихся на рынке масс-медиа города.

Стратегически важными для себя на 2019 год считаем задачи по созданию единой городской коммуникационной площадки (мобильного приложения) «Город сегодня», а также разработке базы данных системы мониторинга и анализа средств массовой информации, позволяющей оперативно изучать динамику общественного мнения.