

АЧИНСК

Что наиболее значительное удалось сделать в области информационной политики в 2020 году

За 2020 год отделом по информационной политике администрации города Ачинска подготовлено и направлено в СМИ города Ачинска и Красноярского края 1 702 пресс-релиза. Проведено 42 брифинга и пресс-конференций. Отработаны 77 информационных запросов от журналистов. В официальных группах в социальных сетях увеличено количество подписчиков. На начало 2021 года официальные паблики администрации города насчитывали: ВКонтакте - на 11,5 тысяч чел.; Инстаграм: на 22,8 тысяч чел.; Фейсбук: на 838 чел.

Официальный аккаунт города Ачинска (@achinsk_city) в Instagram прочно вошёл в число первых источников информирования жителей о жизни города и общегородских событиях. В период пандемии он, наряду с официальным сайтом администрации города Ачинска стал основным официальным источником для информирования жителей о мерах профилактики против новой коронавирусной инфекции, ограничениях, статистики по заболеваемости и других темах, связанных с пандемией. В период локдауна в социальных сетях администрации города запущены такие рубрики, как «Разговор с психологом», «Укрепляем здоровье дома», «Час досуга с детьми» и другие.

Из-за ограничительных мер была усилена работа по организации прямых телефонных линий с представителями администрации города, депутатами городского Совета. Заведена практика организации прямых эфиров в социальных сетях с участием депутатов и сотрудников администрации города.

Активно ведётся программа «Инцидент менеджмент», за прошедший год отработано около 8 тысяч запросов.

Кроме того, ежедневно осуществляется информационное сопровождение городских событий. Предоставляются фото- и видеоотчёты. Специалистами отдела подготовлено 34 слича и свыше 160 поздравительных адресов.

Проводится мониторинг положительных и негативных выпусков СМИ

Ведется в постоянном режиме отработка информационных рисков. А 2021 году в модерацию пресс-службы отданы личные аккаунты в социальных сетях Главы города Ачинска. Проведено брендирование официальных страниц в соцсетях. Находятся в разработке регламенты подготовки ответов на обращения в социальных сетях.

Какие задачи стоят в 2021 году

Актуальными вопросами в деятельности пресс-службы остаётся вопрос работы с негативом, а также формирование личного бренда Главы города и бренда города. Эти вопросы могли бы стать основой для обмена опытом между участниками ассоциации, обучения сотрудников пресс-служб городов с населением до 100 тысяч человек.