

ОМСК

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

В 2020 году департамент информационной политики Администрации города Омска (далее - департамент) в целях формирования позитивной информационной повестки использовал проактивную модель коммуникации.

Деятельность муниципалитета активно освещалась с помощью различных медийных инструментов: размещение пресс-релизов на официальном сайте муниципалитета и в средствах массовой информации (далее - СМИ), организация съёмок для федеральных и региональных телевизионных каналов, масштабные информационно-рекламные кампании и активная работа в социальных сетях.

Медийное сопровождение актуальных тем и национальных проектов

В 2020 году наиболее активно медийные ресурсы муниципалитета использовались для освещения хода реализации национальных проектов «Жильё и городская среда», «Безопасные и качественные автомобильные дороги», «Культура», «Образование» и «Демография».

В целях информационного сопровождения реализации национальных проектов применялись наиболее эффективные формы подготовки материалов: проведение пресс-туров, выездных совещаний на объекты с участием руководителей Администрации города Омска, представителей подрядных организаций и СМИ. Регулярно проводились пресс-конференции в Омском городском пресс-клубе.

По инициативе департамента в 2020 году по реализации нацпроектов в электронных и печатных СМИ размещено около 5 тыс. позитивных материалов. По сравнению с 2019 годом, количество материалов увеличилось в 1,6 раз. Большая часть из них посвящена федеральной программе «Формирование комфортной городской среды» национального проекта «Жильё и городская среда» (более 2 тыс. сообщений) и национальному проекту «Безопасные и качественные автомобильные дороги» (более 1 тыс. сообщений).

В ленте новостей официального сайта муниципалитета ОМСК.РФ каждое пятое сообщение содержит упоминание о реализации в Омске национальных проектов (всего за 2020 год опубликовано более 500 сообщений). Для подготовки информационных материалов, касающихся реализации национальных проектов, на постоянной основе используются компоненты единого визуального стиля, разработанного АНО «Национальные приоритеты».

В официальных пабликах Администрации города Омска в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook», «Instagram», а также группах и сообществах организаций и учреждений, подведомственных муниципалитету, в 2020 году разместили 1790 тематических постов.

В 2020 году обеспечено издание муниципальных газет «Вечерний Омск - Неделя» (52 номера), «Третья столица» (62 номера) и пяти газет административных округов города Омска «Вести» (по 8 выпусков в 5-ти административных округах города).

Регулярно обновлялись подготовленные департаментом фото- и видеоматериалы. В формате электронной рассылки в редакции СМИ в ежедневном режиме поступала информация о событиях, значимых для формирования информационной повестки дня, комментарии специалистов и иная полезная информация.

Всего в 2020 году по инициативе Администрации города Омска в СМИ вышло более 25 тыс. сообщений. По итогам 2020 года Мэр города Омска Оксана Фаина заняла 3 место в медиарейтинге первых лиц столиц субъектов Сибирского федерального округа компании «Медialogия».

Работа в социальных сетях

В 2020 году продолжилась работа по развитию официальных сообществ Администрации города Омска в социальных сетях «ВКонтакте», «Одноклассники», «Instagram», «Facebook». По статистическим данным на декабрь 2020 года, их совокупная аудитория составляет более 80 тысяч подписчиков. Публикуемый контент, рассчитанный на разные целевые аудитории, вызывает большой эмоциональный отклик, повышает число просмотров.

Также успешно завершился эксперимент департамента по продвижению отдельных информационных поводов с использованием таргетинга - охват пользователей социальных сетей и количество просмотров продвигаемых постов увеличивались в 2-4 раза по сравнению с аналогичными, не настроенными по параметрам публикациями. В 2021 году данную практику планируется продолжить.

Эффективным инструментом для обратной связи с омичами стал личный аккаунт Мэра Омска Оксаны Фадиной в «Instagram». Каждый проблемный комментарий к постам Мэра города оперативно направлялся на отработку отраслевым структурным подразделениям Администрации города Омска. Зачастую вопросы и жалобы омичей в «Instagram» становились поводом для рабочих выездов Мэра Омска непосредственно на место для личного участия в решении проблемных вопросов.

С 2018 года департамент использует в своей работе систему «Медialogия. Инцидент», которая позволяет оперативно реагировать на жалобы, вопросы, отзывы горожан в социальных сетях. Ежедневно поступает и обрабатывается порядка 40 инцидентов. В 2020 году система отобрала более 9 тыс. инцидентов, по каждому из которых специалисты и руководители муниципальных структур подготовили комментарии, содержащие точные сведения, указания на объективные причины произошедшего, сроки решения и пр. Для журналистов это дополнительный источник информации, который востребован при подготовке материалов. Информационно-рекламные кампании и спецпроекты

В 2020 году департаментом проведено 7 комплексных информационно-рекламных кампаний:

- организация голосования по выбору объектов благоустройства на 2021 и 2022 годы в рамках реализации федерального проекта «Формирование комфортной городской среды» (2 кампании в январе и июле 2020 года);
- празднование 75-ой годовщины Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг.;
- присвоение Омску почетного звания «Город трудовой доблести»;
- празднование 304-ой годовщины основания города Омска;
- уплата имущественных налогов физическими лицами за 2020 год;
- празднование Нового 2021 года (кампания «В Новый год за счастьем»).

Одним из ключевых стал проект «Гордимся Победой вместе», призывающий жителей Омска остаться дома в дни празднования 75-летия Победы в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. и принять участие в тематических онлайн-

мероприятиях. На официальном сайте был создан одноименный праздничный раздел, с помощью которого омичи могли принять участие в онлайн-шествии «Бессмертный полк», найти героев своей семьи в наградных листах, а также рассказать о них всей стране, используя социальные сети и онлайн-сервисы. На странице собрали обширный исторический материал: факты о вкладе Омска и его жителей в Великую Победу, уникальные фотографии из архивов Музея истории городского самоуправления и Музейного комплекса воинской славы омичей, а также трогательные воспоминания героев войны в рубрике «Личные истории Победы».

В продвижении проекта департамент задействовал максимально широкий спектр каналов коммуникации: макеты в печатных изданиях, аудиоролики на региональных радиостанциях и в эфире уличного радио, интернет-баннеры, заставки в социальных сетях, видеоролики в телевизионном эфире и на уличных видеозэкранах и digital-конструкциях, офлайн-реклама (плакаты в учреждениях, салонах общественного транспорта, на предприятиях, в магазинах и на городских рынках).

В 2020 году Администрация города Омска выступила организатором общегородского конкурса журналистского мастерства «Великая Победа», посвященного Году памяти и славы России. Ключевая цель конкурса - увековечивание исторической памяти о Победе в Великой Отечественной войне 1941-1945 гг. и продвижение правдивых оценок и взглядов на события военных лет. Участники конкурса - журналистские коллективы (редакции, творческие объединения), журналисты и фотокорреспонденты региональных, городских и корпоративных средств массовой информации. Победителей определяли в 4-х номинациях: «Лучший спецпроект: печать и Интернет», «Лучший спецпроект: телевидение и радио», «Лучший фотопроект» и «Лучший авторский материал».

Призовые места и денежные премии в каждой из номинаций присуждались за наиболее полное и системное освещение проведения Года памяти и славы в России в 2020 году. Итоги конкурса с привлечением широкого круга экспертов в области журналистики и российской истории подвели 20 февраля 2021 года.

Значимым в 2020 году стал медийный проект «Омск - город трудовой доблести», посвященный присвоению Омску почетного звания «Город трудовой доблести». С 10 по 31 августа на официальном сайте было организовано голосование за место установки стелы «Город трудовой доблести» с помощью онлайн-сервиса «Активный горожанин». Принять участие в голосовании можно было несколькими способами: с помощью пароля от портала государственных услуг, по номеру телефона любого сотового оператора, через социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники», «Facebook».

Полная информация, включая промежуточные итоги голосования, обновлялась дважды в день на официальном сайте в разделе «Омск. Город трудовой доблести». На этой же тематической странице приводится текст Указа Президента Российской Федерации о присвоении почетного звания Российской Федерации «Город трудовой доблести», обращение Губернатора Омской области А.Л. Буркова и Мэра Омска О.Н. Фадиной, исторические факты и видеосюжеты о вкладе омичей в Великую Победу.

Департамент в рамках проекта разработал отдельный медиаплан. В соответствии с медиапланом в период с июля по сентябрь 2020 года еженедельно проводились тематические мероприятия (пресс-конференции, пресс-туры на оборонные

предприятия, экскурсии и исторические лекции и пр.). По результатам кампании в СМИ вышло 521 сообщение.

В официальных пабликах муниципалитета регулярно размещались посты в специальной рубрике «Омичи - фронту». По результатам кампании в официальных пабликах Администрации города Омска вышло 99 постов с охватом аудитории более 200 тыс. пользователей. Размещение в социальных сетях предусматривало использование как муниципальных ресурсов, так и носителей привлеченных информационных партнеров Администрации города Омска (более 100 Интернет-сайтов и сообществ в социальных сетях).

В рамках спецпроектов «Город трудовой доблести» и «75 лет Победе!» в городской общественно-политической газете «Вечерний Омск - Неделя» и окружных газетах «Вести» в 2020 году на постоянной основе публиковались информационные материалы, рассказывающие о вкладе омичей в Великую Победу. Спецпроект «75 лет Великой Победе!» также был организован на сайте общественно-политической газеты «Вечерний Омск - Неделя».

Какие задачи стоят в 2021 году

Ключевой задачей работы остается всестороннее информирование жителей о ходе реализации в Омске семи национальных проектов: «Образование», «Жилье и городская среда», «Экология», «Демография», «Культура», «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», «Безопасные и качественные автомобильные дороги».

Кроме того, значимой для информационного сопровождения в 2021 году является подготовка к проведению в Омске первенства мира по хоккею среди юниоров до 20 лет.

Стратегически важная задача для департамента - дальнейшее вовлечение жителей в принятие важных для города решений с помощью внедряемой Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации федеральной онлайн-платформы.