

## ОМСК

### **Что наиболее значительное удалось сделать в области информационной политики в 2022 году**

В 2022 году открылся Омский городской пресс-клуб. Помимо традиционных мероприятий – брифингов и пресс-конференций, новая медиаплощадка привлекла внимание СМИ возможностью регулярно освещать общение жителей и руководителей структурных подразделений Администрации города Омска напрямую по волнующим их вопросам.

С целью формирования позитивной информационной повестки более активно использовались ресурсы новостной ленты официального сайта муниципалитета омск.рф, благодаря обратной связи с жителями через социальные сети удалось увеличить своё присутствие в СМИ за счет комментариев специалистов, мероприятий, организованных в развитие актуальных тем и др.

Приоритетными темами в 2022 году для освещения в СМИ были события, инициированные по ходу реализации национальных проектов «Жильё и городская среда», «Безопасные качественные дороги», «Демография», «Экология», «Образование» – пресс-туры, совместные выездные совещания руководителей муниципалитета и представителей подрядных организаций. В результате за прошлый год в СМИ вышло 3,5 тыс. материалов с упоминанием нацпроектов, в новостной ленте официального сайта муниципалитета омск.рф опубликовано 424 сообщения. Продвижению национальных проектов были посвящены и посты в социальных сетях. В официальных пабликах Администрации города Омска «ВКонтакте», «Одноклассники», мессенджере «Telegram» в 2022 году размещено 967 постов, дополнительно вся эта информация тиражировалась в соцсетях организациями и учреждениями, подведомственными муниципалитету, в своих группах и сообществах. Обязательным требованием оставалось использование компонентов единого визуального стиля, разработанного АНО «Национальные приоритеты».

Оперативно освещались вопросы оказания помощи участникам специальной военной операции и членам их семей.

В 2022 году обеспечен выпуск муниципальных газет «Вечерний Омск – Неделя» (51 номер), «Третья столица» (63 номера) и пяти газет административных округов города Омска «Вести» (по 8 выпусков в каждом административном округе города).

Ежедневно в редакции СМИ поступала информация о событиях, значимых для формирования информационной повестки, комментарии специалистов, фото- и видеоматериалы, а также иная полезная информация. Всего в 2022 году в СМИ вышло 33 тыс. сообщений, подготовленных по инициативе пресс-службы, о работе муниципалитета и подведомственных организаций и учреждений.

Эффективным инструментом обратной связи с жителями по-прежнему выступают социальные сети («ВКонтакте», «Одноклассники», «Telegram»). По данным за 2022 год, их совокупная аудитория увеличилась и сейчас составляет более 84 тысяч подписчиков. На каждой из площадок ежедневно размещается от 4 до 12 постов. В среднем их охват за день составляет 11-13 тыс. подписчиков. Особой популярностью подписчиков пользуются посты, рассказывающие о благоустройстве в городе, спортивных и творческих успехах омичей, анонсы предстоящих событий и афиши праздничных мероприятий.

При подготовке контента для социальных сетей уделяется внимание макетам с инфографикой, съемкам небольших видеороликов и клипов. Топовыми по просмотрам в 2022 году стали видео о подготовке к выставке зеленого строительства, цветоводства и садоводства «Флора», приглашение на празднование 306-летия города, открытие в центре города скейт-парка под открытым небом.

Новым каналом получения новостей и дополнительной возможностью общения стал личный аккаунт Мэра Омска – информационный ресурс, открытый с начала 2022 года в мессенджере «Telegram», оказался востребованным источником для СМИ при подготовке материалов.

В системе «Медиалогия. Инцидент» подготовлены ответы на поступившие от омичей через социальные сети жалобы, вопросы и отзывы. В 2022 году система отобрала более 26 тыс. инцидентов, каждый из которых получил комментарий с описанием объективных причин произошедшего, сроков решения и др. Для журналистов это дополнительный источник информации, который используется при подготовке материалов. Большой эмоциональный отклик получают посты фоторубрики «Было/Стало», в которой демонстрируются конкретные результаты отработки обращений омичей в соцсетях.

В 2022 году департамент информационной политики Администрации города Омска провел 6 комплексных рекламно-информационных кампаний. Самой продолжительной и масштабной по количеству задействованных каналов коммуникации стала кампания «Делаем город комфортнее», созданная в поддержку голосования за объекты благоустройства территорий в 2023 году в рамках национального проекта «Жилье и городская среда (федеральный проект «Формирование комфортной городской среды»).

Весомую информационную поддержку партнеры муниципалитета оказали патриотическому проекту «Родина у нас одна» (к 77-летию Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941-1945 годов) и новогодней рекламной кампании «Путешествие в детство». Впервые в 2022 году каждый крупный проект сопровождался настройкой таргетированной рекламы в социальных сетях; всего с помощью данного инструмента было обеспечено свыше 556 тысяч показов рекламных постов для определенной целевой аудитории.

Проведено также 10 локальных рекламно-информационных кампаний, посвященных поддержке участников специальной военной операции на Украине, семейным ценностям, благоустройству и озеленению города, продвижению чтения, дополнительному образованию детей, продвижению сервисов обратной связи с населением, раздельному сбору и утилизации отходов, профилактике дистанционных преступлений и поддержке социальных инициатив.

В рамках освещения деятельности Администрации города Омска был создан и размещен в эфире регионального телеканала «12 канал» имиджевый короткометражный телевизионный фильм, посвященный туристической и инвестиционной привлекательности города Омска.

### **Какие задачи стоят в 2023 году**

Ключевой остается задача по всестороннему информированию жителей о ходе реализации в Омске национальных проектов: «Жильё и городская среда», «Безопасные качественные дороги», «Демография», «Образование», «Экология», «Культура», «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной

предпринимательской инициативы», «Производительность труда». С дальнейшим развитием газификации регионов РФ, актуальна работа по повышению осведомленности жителей о возможности принять участие в программе догазификации. Отдельное внимание – работе над «зеленой повесткой»: проведение общегородских мероприятий по озеленению города с участием населения, цитирование экспертов и др. Продолжим широкое анонсирование и информационное сопровождение мероприятий (онлайн-опросов, голосований, проектных сессий, презентаций и др.), организованных для всё большего вовлечения жителей в принятие важных для города решений, необходимых для прямого диалога власти и населения.