

## ТОМСК

### **Что наиболее значительное удалось сделать в области информационной политики в 2017 году**

Основными целями деятельности управления информационной политики и общественных связей является формирование образа мэра - хозяйственника, поддержание положительного имиджа администрации Томска, позиционирование Томска, как города благоприятного для жизни и самореализации, а также нивелирование негативного информационного потока по отношению к объектам PR-деятельности.

#### **I. Работа со средствами массовом информации**

Из общего информационного потока в 2017 году можно выделить следующие темы, ставшие информационными трендами года:

- 72-я годовщина победы;
- Благоустройство и развитие общественных пространств;
- Безопасный город (повышение безопасности объектов социальной сферы и центральных улиц города);
- Социальная интеграция (создание комфортных условий для проживания людей с ограниченными возможностями);
- Капитальный ремонт и строительство объектов социальной сферы;
- Празднование дня Томича.

Основные инструменты взаимодействия со СМИ. используемые комитетом в формировании информационного пространства (помимо пресс-релизов):

- Телевидение: сюжеты - около 100 на ТВ каналах Россия 1 Томск, Россия 24 Томск.
- Радио; информационно-аналитические программы на Радио России Томск. Социальная реклама на радиостанциях холдинга Рекламный дайджест. Радио Сибирь, на остановочных комплексах и в супермаркетах юрода.
- Информационные агентства: новостные ленты на РИА Томск. 10 пресс-конференций Мэра Города Томска и представителей администрации Города Томска (РИА Томск). 5 интервью с представителями администрации Города Томска по актуальным информационным поводам.
- Периодическая печать: статьи и совместные проекты в газетах.
- Интернет: информационное присутствие на порталах «В Томске», «Томский обзор». «Томск.ру». в блогосфере и социальных сетях (Фэйсбук. ВКонтакте, Одноклассники. Инстаграмм).

Для оценки деятельности управления информационной политики и общественных связей в 2017 году в данном отчете используются следующие количественные и качественные показатели эффективности:

- Количество пресс-релизов и коэффициент цитируемости;
- Количество полезных упоминаний;

В 2017 году сотрудники управления информационной политики и общественных связей подготовили 2 810 пресс-релизов. Коэффициент цитируемости (он отражает то, насколько востребованы сообщения в СМИ) пресс-релизов составил 8.22. То есть, каждый релиз процитирован, как минимум, в семи томских СМИ (коэффициент цитируемости в 2016 г. -4,3).

Как показывает анализ распределения пресс-релизов среди томских СМИ. максимум релизов городской пресс-службы используют радиостанции: они озвучивают в

эфире 54% подготовленных комитетом материалов; на втором месте - телеканалы (34,5%); на третьем - печатные СМИ - 11,5%.

Анализируя количество полезных упоминаний администрации и мэра Томска, следует отметить, что всего в 2017 году в СМИ вышло 20556 материалов о деятельности мэра Томска.

Согласно данных автоматической системы мониторинга и анализа СМИ компании Медиалогия медиаиндекс цитируемости Мэра Города Томска за 2017 составил 41 869.5 пунктов, что обеспечивает 3-е место в Сибирском Федеральном округе (для сравнения в 2016 году медиаиндекс составил 11 138.1 пунктов и 5-е место в Сибирском Федеральном округе, в 2015 году медиаиндекс составил 9 588.13 пунктов и 5с место в Сибирском Федеральном округе).

II. PR-проекты, организация специальных мероприятий (event-marketing) и прямая реклама

Реализую коммуникативную стратегию администрации в 2017 году управления информационной политики и общественных связей помимо использования стандартных методов (работа со СМИ) широко практиковал внедрение инновационных подходов в формировании имиджа мэра и администрации Томска, а именно использование прямой рекламы (аудио, видео и наружной), организацию специальных мероприятий и непосредственно PR-акции.

В 2017 году были разработаны и реализованы следующие проекты в сфере связей с общественностью (PR):

- PR-проект к 72-й годовщине Победы - Песня Победы
- PR-проект к годовщине начала войны - «Свеча памяти»
- Продвижение проекта «Выпуск облигаций томского городского внутреннего займа»
- Проект к празднованию Нового года #такбываеттольковтомске в социальных сетях
- Весенние и осенние Субботники

Таким образом, управление информационной политики и общественных связей в 2017 году удаюсь добиться положительной динамики по всем ключевым показателям эффективности работы информационно и проектного подразделений.

### **Какие задачи стоят в 2018 году**

Разрабатывая коммуникативную стратегию на 2018 гол. управление информационной политики и общественных связей планирует:

- Продолжить основные информационные тренды 2017 года - организация общественных пространств, капитальный ремонт и строительство объектов социальной сферы, безопасный город, социальная интеграция.
- Продолжить обращать особое внимание на позиционирование Мэра Томска, как хозяйственника не только с помощью работы со СМИ. но и с использованием PR. рекламных и других коммуникационных технологий.
- Продолжить более широкое освещение деятельности районных администраций Томска.
- Активизировать работу в социальных сетях.