



**МИНСТРОЙ
РОССИИ**

**ОБУЧАЮЩЕЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ ПРЕСС-СЛУЖБ
В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРИОРИТЕТНОГО ПРОЕКТА
«ФОРМИРОВАНИЕ КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ»**

Авторы пособия:
Мария Дерунова, Карина Калимуллина, Ирина Яшнева.



#ЖКХменяется
#городаменяются

СТРАТЕГИЯ ОСВЕЩЕНИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА

Ключевые принципы проекта «Формирование комфортной городской среды» – открытость и вовлечение людей. Если никто не знает о проекте, то как они смогут в нем участвовать?

ЧТО НЕОБХОДИМО СДЕЛАТЬ ПРЕСС- СЛУЖБЕ?

- Информировать все заинтересованные аудитории о реализации проекта.
- Привлекать людей к сотрудничеству.
- Рассказывать о жизни в городе и формировать новое отношение к городской инфраструктуре.



ШАГ 1 ДЕРЖИТЕ В КУРСЕ ТОГО, ЧЕМ ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ ПРЕССУ И ЖИТЕЛЕЙ

- Разработайте информационные материалы – например, инфографику – о механике реализации проекта.
- Укажите в материалах список муниципалитетов-получателей субсидии на благоустройство в 2017 году.
- Расскажите о минимальных и дополнительных работах в своем регионе.
- Создайте на сайте региона раздел, посвященный проекту – всю информацию о его реализации необходимо публиковать именно здесь.
- На главной странице сайта разместите баннер, ведущий на раздел.
- Публикуйте новости о том, как реализуется проект в вашем регионе в официальных аккаунтах региона в социальных сетях или создайте для этого отдельные странички.

- Создайте на сайте региона раздел, посвященный проекту – всю информацию о его реализации необходимо публиковать именно здесь.
- На главной странице сайта разместите баннер, ведущий на раздел.
- Публикуйте новости о том, как реализуется проект в вашем регионе в официальных аккаунтах региона в социальных сетях или создайте для этого отдельные странички.



ШАГ 2 РАЗРАБОТАЙТЕ ПЛАН ИНФОРМИРОВАНИЯ

БАЗА КОНТАКТОВ СМИ

Обновите базу контактов представителей средств массовой информации, с учетом тех СМИ и журналистов, которым может быть интересна тема урбанистики, городской среды и жизни в городе. Обратите внимание на местных блогеров

ЧТО ОСВЕЩАЕМ?

Напишите стратегию освещения проекта, заранее определив самые активные этапы реализации.

Отдельного внимания потребуют мероприятия, которые нужно будет организовывать в ходе проекта:

- Встречи с жителями/обсуждения концепции проекта благоустройства парка, сквера, набережной или двора).
- Начало и ход строительства.
- Торжественное открытие.



КАКИЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ ИСПОЛЬЗУЕМ?

Важно, чтобы информация появилась во всех возможных средствах коммуникации:

- Телеканалы.
- Радиостанции.
- Онлайн и печатные издания.
- Наружная реклама, баннеры.
- Социальные сети.

ВАЖНО ВО ВСЕХ МАТЕРИАЛАХ СОБЛЮДАТЬ ЕДИНУЮ СТИЛИСТИКУ. МОЖНО РАЗРАБОТАТЬ СОБСТВЕННЫЙ ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ, ЛИБО ИСПОЛЬЗОВАТЬ БРЕНДБУК МИНИСТРОЯ РФ.



ШАГ 3 РАСКАЖИТЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЯМ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ О ПРОЕКТЕ

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ В ВАШЕЙ СТРАТЕГИИ ИНФОРМИРОВАНИЯ?

- Детализированное освещение подготовки и реализации благоустройства городской среды в СМИ и социальных сетях
- Размещение еженедельных отчетов на официальном сайте региона в разделе проекта, в средствах массовой информации и социальных сетях.
- Проведение пресс-мероприятий при согласовании региональной и муниципальных проектов благоустройства, в ходе их реализации, а также по завершению строительных работ.

- Позовите журналистов и блогеров на встречу – это может быть, как формальный брифинг или пресс-конференция, так и гораздо более любимые всеми пресс-завтраки или экскурсии на конкретные объекты.
- Подготовьте для гостей информационные материалы, расскажите, как можно подробнее о проекте и предложите СМИ сотрудничество.
- Обзаведитесь информационными партнерами, которые будут системно рассказывать о проекте.
- Рассылайте пресс-релизы, комментарии и предлагайте фактуру для статей СМИ на регулярной основе. Рассказывайте журналистам обо всех новостях.
- Приглашайте СМИ на открытие всех объектов.
- Проводите фотосъемку всех мероприятий и предлагайте материалы журналистам.
- Проводите фотосъемку объекта до и после благоустройства, опубликуйте их в социальных сетях, на сайте и предложите фото журналистам
- Держите в курсе своей работы Минстрой России – так о ваших успехах узнает вся страна. Анонсируйте свои работы, предлагайте фото и видео



ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА ВАМ НУЖНЫ АКТУАЛЬНЫЕ ФОТОГРАФИИ ДВОРОВ, УЛИЦ, ПАРКОВ И НАБЕРЕЖНЫХ ДЛЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ИХ В СМИ И СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.

ШАГ 4 ВЫСТРОЙТЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПРЕСС-СЛУЖБАМИ МУНИЦИПАЛИТЕТОВ РЕГИОНА

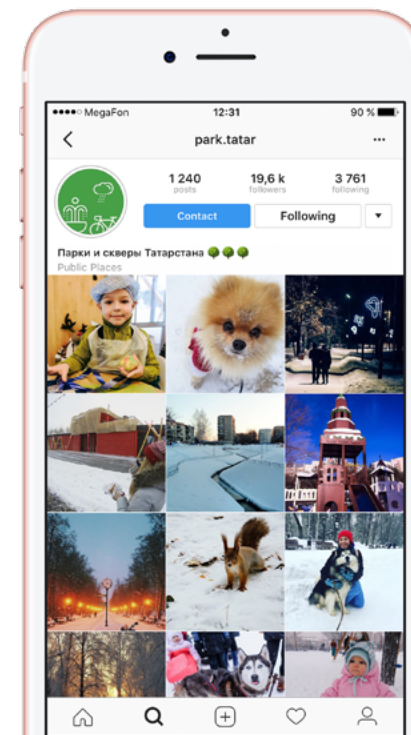
- Вы должны понимать, насколько качественно реализуется проект в муниципалитетах региона - в местных СМИ также должны появляться материалы о проекте. Особенно важно их участие при проведении мероприятий.
- Попросите представителей муниципалитета за неделю до события выслать вам список СМИ, в которых появятся анонсы.
- Публикации в онлайн и печатных изданиях должны выходить за семь дней до мероприятия и дублироваться за три дня.
- За три дня до события должны выйти анонсы в утренних передачах и вечерних новостях на местном телевидении. В них принимают участие ключевые фигуры, отвечающие за реализацию проекта.
- Анонсы в популярных радиопередачах на местной радиостанции выходят за два дня до мероприятия.
- Через два дня после события пресс-служба муниципалитета составляет и направляет вам отчет с публикациями.

**ПРОРАБОТАЙТЕ ВОЗМОЖНОСТЬ
РАЗМЕЩЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ
НА ПЛАТЕЖНЫХ
ДОКУМЕНТАХ ЗА ЖИЛИЩНО-
КОММУНАЛЬНЫЕ УСЛУГИ.**

ШАГ 5 ЧТО НУЖНО ДЕЛАТЬ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ?

- Создайте страницу проекта, либо используйте для информирования официальные аккаунты региона.
- Для анонсирования мероприятия создавайте макет баннеров согласно фирменному стилю проекта;
- Публикуйте анонсы и отчеты о мероприятиях.
- Создайте события мероприятий и приглашайте присоединиться местных жителей.
- Заведите группу в социальных сетях для каждого большого отдельного объекта. Так жители смогут информировать архитектора о проблемах на конкретном объекте. Поощряйте создание самими жителями групп или чатов их дворов.

**АККАУНТЫ НЕЛЬЗЯ БРОСАТЬ
– ЕСЛИ ВЫ ИХ СОЗДАЛИ, ОНИ
ДОЛЖНЫ ЖИТЬ.**



ШАГ 6 МОНИТОРЬТЕ СМИ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

ПОДКЛЮЧАЙТЕ НАРУЖНУЮ РЕКЛАМУ

- При возможности используйте наружную рекламу. Для этого разработайте макеты для билбордов, баннеров, афиш в фирменном стиле.
- Используйте билборды, находящиеся недалеко от места проведения мероприятия, либо в самых популярных районах города.
- Разместите афиши в районе проведения мероприятия – на тумбах для афиш, входных дверях школы, Домов Культуры и подъездах домов.
- Размещайте наружную рекламу за две недели до проведения мероприятия, чтобы люди успели ее увидеть.



- Создайте таблицу мониторинга СМИ с датой выхода публикации, темой, названием СМИ и ссылкой на статью. Так вы сможете контролировать количество публикаций, которое выходит после рассылки пресс и пост-релизов. Так же наличие базы мониторинга даст вам возможность перепроверить собственные высказывания и комментарии, которые вы давали прессе, например, полгода назад.
- Очень важно оперативно реагировать на жалобы и критику в социальных сетях, быстро давать обратную связь и, если жалоба была небезосновательна, отработать этот вопрос.



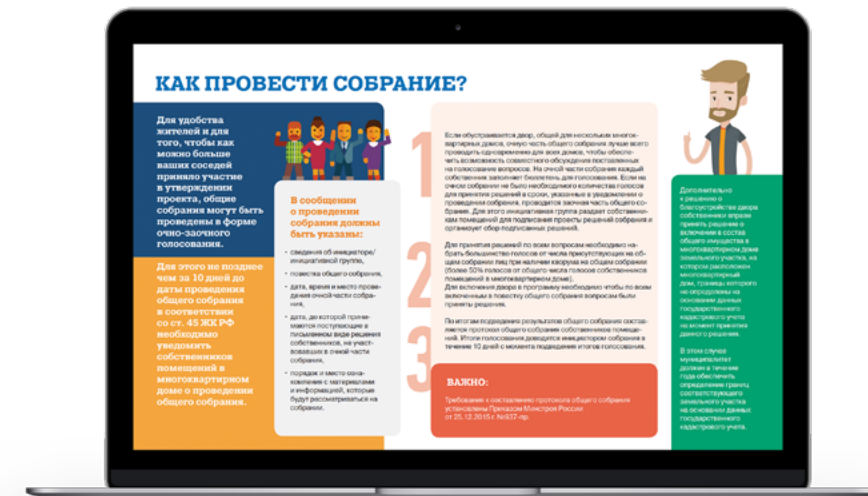
РАЗДЕЛ II ПРИВЛЕЧЕНИЕ ЛЮДЕЙ К СОТРУДНИЧЕСТВУ

ШАГ 1 ОБЪЯСНИТЕ СПОСОБЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

Доведите информацию до всех заинтересованных сторон:

- муниципалитетов;
- экономических субъектов;
- профессионального сообщества;
- жителей;
- экспертов и лидеров мнений.

ОДИН ИЗ ПАРТНЕРОВ ПРОЕКТА – МООО «РОССИЙСКИЕ СТРУДЕНЧЕСКИЕ ОТРЯДЫ». ПРИВЛЕКАЙТЕ ИХ КАК К ИНФОРМИРОВАНИЮ, ПРОЕКТИРОВАНИЮ И СТРОИТЕЛЬСТВУ.



ШАГ 2 ОСВЕТИТЕ В ПРЕССЕ ОБЩЕСТВЕННЫЕ ОБСУЖДЕНИЯ

В таких встречах должны принимать участие все потенциальные пользователи благоустраиваемой территории: студенты, школьники, родители, представители старшего поколения, активисты, представители маломобильных групп населения, а также чиновники, главы администраций, представители муниципалитета, бизнесмены и СМИ.

Проведите фото и видеосъемку мероприятий и опубликуйте отчеты – на своем сайте, в аккаунтах в социальных сетях, инициируйте выход публикаций в СМИ. В материалах должна быть показано мнение жителей о проекте, а также их предложения и идеи.



ШАГ 3 ПРОИНФОРМИРУЙТЕ ОБ ОТКРЫТИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРОСТРАНСТВА

Необходимо не просто открыть новое место отдыха, а устроить людям праздник, поэтому ваша цель — активное освещение открытия. О празднике должны узнать, как можно больше людей, поэтому за две недели до мероприятия нужно оповестить горожан по всем существующим каналам коммуникации. Если это двор, то новость будет интересна локальным СМИ, если парк – то новостью могут заинтересоваться даже федеральные СМИ.

НЕ ЗАБЫВАЙТЕ О РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТАХ, РАССКАЗЫВАЙТЕ О ТОМ, КАК ОНИ ЖИВУТ ЧЕРЕЗ МЕСЯЦ, ПОЛГОДА, ГОД.



ШАГ 4 ПРОВОДИТЕ МЕРОПРИЯТИЯ

Цель создания общественных пространств:

- Сформировать у жителей культуру отдыха в парке.
- Вынести культурные активности из зданий под открытое небо.

После открытия парка необходимо регулярно проводить в нем культурно-развлекательные и образовательные мероприятия.

Нужно задействовать созданную в парке инфраструктуру – сцены, открытые площадки, амфитеатры, танцполы, лектории.

Эту роль может взять на себя министерство культуры, чьи представители составят план мероприятий на несколько месяцев вперед. Например, концерты детской школы творчества или даже крупные музыкальные фестивали.



Поддерживайте организацию и проведения локальных праздников «День двора», «День улицы». Мы рекомендуем поддержать организацию и проведение «Дня соседей» совместно с проектом «Школа грамотного потребителя». В 2017 году он отмечается 26 мая, а 19 августа – «День дворового спорта».

Субботники можно обыгрывать в формате городского праздника – за счет этого вы сможете привлечь к участию в субботнике жителей района и города, продемонстрировать, что это может быть весело.

РАССКАЗЫВАЙТЕ О РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ МИНИСТРОЮ РОССИИ — МЫ ПОМОЖЕМ И ПОДДЕРЖИМ ВАС.



ШАГ 5 УСТРАИВАЙТЕ КОНКУРСЫ

- Проведите муниципальные и региональные конкурсы на лучший проект по благоустройству двора с организацией голосования.
- Сделайте голосование в социальных сетях.
- Следите за тем, чтобы голосование было честным, без «накруток».
- Придумайте систему поощрения активных участников.



ШАГ 6 ОРГАНИЗУЙТЕ ЛЕКТОРИЙ О ЖИЗНИ ГОРОДА

Следует проводить регулярные лекции о городской среде с целью обучения тому, как сделать свой двор уютным, как экономить на ЖКХ и т.д. Это можно сделать как своими силами, так и с привлечением местных экспертов – в каждом регионе есть «звезды» урбанистики и обустройства города.



ШАГ 7 СПОСОБСТВУЙТЕ ФОРМИРОВАНИЮ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Необходимо формировать новое отношение к городской инфраструктуре. Глобальная задача – сформировать бренд города (региона), подчеркивая его уникальность, привлекательный для жителей и туристов. Поддерживайте культурные, спортивные и благотворительные мероприятия региона, в том числе инициированных и проводимых активистами и общественными организациями. Это будет способствовать формированию позитивного имиджа и комфортной городской среды.

