

Двигатели и ДВ

Какие преимущества дает Герценовскому университету создание событий собственными силами?

*Антон ДЕРКАЧ,
ведущий специалист по связям
с общественностью редакции «ПВ»*



Позиционирование Герценовского университета в городском и российском информационных пространствах как ведущего научного и образовательного центра требует подтверждения этого статуса соответствующими информационными поводами.

игать будем

Наиболее эффективными с позиции продвижения являются события, происходящие в Герценовском университете с участием первых лиц города и страны. Тематика и подача этих мероприятий должна отражать основные направления деятельности, быть созвучной с теми образами, с которыми ассоциируется Герценовский университет у общественности: образование, педагогика, гуманитарная миссия, учитель, толерантность, помощь детям. Этот список можно продолжать на многие страницы.

Подкрепление всех этих позитивных ассоциаций — вот цель информационного сопровождения деятельности Герценовского университета, в том числе и создание событий, включающих разработку концепции или легенды события, работу с организаторами, формирование плана освещения, написание и рассылку пресс-релиза, отслеживание результатов рассылки, аккредитацию и сопровождение внешней и внутренней прессы, при необходимости — составление и распространение пост-отчета и, наконец, мониторинг публикаций и сюжетов, следовавших за событием в СМИ.

Казалось бы, все очевидно, алгоритм этот общеизвестен, однако необходимыми ресурсами для того, чтобы его осуществить, обладают не только далеко не все крупные вузы

России, но и многие коммерческие организации. Секрет прост: для полноценной реализации механизма создания событий необходимо задействовать одновременно и PR-специалистов, и журналистов, способных продуктивно писать на социальную (в нашем случае) тематику. Кроме того, такая задача, как мониторинг СМИ, достаточно трудоемка из-за необходимости не только сбора, но и анализа полученных данных.

Редакция газеты «Педагогические вести» располагает необходимыми ресурсами. Это делает ненужным привлечение сторонних компаний, предлагающих услуги по PR-сопровождению. Но насколько эффективна деятельность в этом направлении? На этот вопрос можно ответить языком цифр. За год редакцией создана база рассылки, выделен пул лояльных СМИ, откликающихся на события, происходящие в РГПУ им. А.И. Герцена. Пресс-релизы, исходящие из Герценовского университета благодаря работе специалистов редакции, охватывали широкий круг событий и поводов — от выступления паралимпийцев-герценовцев в Лондоне до визита Генерального директора ЮНЕСКО Ирины Боковой и общественного обсуждения проекта Концепции семейной политики в Санкт-Петербурге на 2012-2022 гг.

Позиционирование Герценовского университета как одного из ведущих

вузов России и Восточной Европы, места встречи ведущих ученых и общественных деятелей, проведения интереснейших мероприятий городского и всероссийского уровней, заметно увеличило число упоминаний вуза в СМИ — причем как в связи с «созданными» событиями, так и по другим поводам. Это говорит о том, что Герценовский университет стал ньюсмейкером — средства массовой информации пристально следят за происходящим здесь.

Если опять-таки оперировать цифрами, то если еще в январе-феврале 2012 года имелось по 10-12 заметных информационных поводов, достойных отражения в оперативно обновляемом редакцией разделе «СМИ о нас» на сайте www.herzen.spb.ru, то в сентябре-октябре таких поводов оказалось уже более 30.

Однако наиболее ценный опыт редакция приобрела в процессе информационного сопровождения 215-летия РГПУ им. А.И. Герцена и II Всероссийской педагогической ассамблеи. К их освещению удалось привлечь четыре телеканала, в эфир вышли более десяти репортажей в новостных выпусках. Городские и федеральные издания откликнулись двумя десятками публикаций.

Согласитесь, результаты впечатляют. И, несомненно, это только начало.

