

ПРАВозАЩИТНАЯ
ИНФОРМАЦИЯ
NON-Stop

Опыт работы
информационного
центра

ЦЕНТР ЗАЩИТЫ ПРАВ СМИ

Елена Гришина

ПРАВозАЩИТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ NON-Stop
Опыт работы информационного центра

Воронеж
2011

C892
УДК 341.645:
341.231.14(4)

Гришина Е. Л. Правозащитная информация NON-Stop. Опыт работы информационного центра. Издание 2-ое, дополненное и переработанное. – Воронеж: ООО Фирма «Элист». - 2011 – 72 с.

ISBN 978-5-87172-044-8

Брошюра «Правозащитная информация NON-Stop. Опыт работы информационного центра» является практическим пособием для представителей различных общественных организаций, национальных общин и других объединений граждан, для установления эффективного взаимодействия со средствами массовой информации.

В брошюре рассматриваются специфика PR-деятельности общественных объединений: понятие PR, его составляющие, особенности ведения PR для представителей гражданского общества, эффективные методы сотрудничества со СМИ и многое другое.

УДК 341.645:
341.231.14(4)

ISBN 978-5-87172-044-8

© Центр Защиты Прав СМИ, 2011

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ ЦЕНТРА ОБЩЕСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ.....	10
КОЛЛЕГИ О НАС.....	15
ОПРЕДЕЛЕНИЕ PR	19
ЗНАЧЕНИЕ PR ДЛЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ	21
ПРАВООЗАЩИТНИКИ И СМИ: ИСТОРИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА	22
ОСОБЕННОСТИ PR ОБЩЕСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	25
СПЕЦИФИКА РАЗЛИЧНЫХ СМИ	27
ПРЕСС-СЕКРЕТАРЬ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	30
МОНИТОРИНГ ПУБЛИКАЦИЙ НА ОБЩЕСТВЕННО ЗНАЧИМЫЕ ТЕМЫ	34
ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ	38
РЕДАКТИРОВАНИЕ МАТЕРИАЛОВ	40
ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ	51
<i>Выбор времени и места</i>	52
<i>Анонсирование пресс-конференции</i>	53
<i>Выступления на пресс-конференции</i>	62
<i>Материалы, подготовленные для раздачи журналистам.....</i>	63
<i>Сценарий.....</i>	64

РОЛЬ И ВОЗМОЖНОСТИ ПРЕСС-СЕКРЕТАРЯ ОБЩЕСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	65
ТИПИЧНЫЕ ОШИБКИ ПРИ РАБОТЕ СО СМИ.....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	68
БИБЛИОГРАФИЯ.....	69
ОБ АВТОРЕ	70

Введение

В этом издании брошюры сохранено практически все то, что было в предыдущем. Однако прошло достаточно много времени и кое-что в моем понимании адресата, изменилось. Надеюсь, что нынешнее издание адресовано более широкому числу общественных организаций.

И для этого я хотела бы объяснить свое видение такого вида организаций.

Современное гражданское общество можно представить в виде трех секторов. Первый – государственный: органы государственной власти на всех уровнях, а также все виды государственных организаций.

Второй сектор – коммерческие организации, третий – некоммерческие организации (общественные организации).

Третий сектор является: негосударственным, неправительственным; независимым, так как множественность источников финансирования делает его относительно независимым как от государства, так и от бизнеса; некоммерческим, неприбыльным; сектором добровольной активности (волонтерским, добровольческим), поскольку в нем широко используется добровольный труд волонтеров; филантропическим, благотворительным, так как существенную часть этого сектора составляют благотворительные организации.

В соответствии с законом «Об общественных объединениях»: некоммерческая организация (НКО) – это организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками. Некоммерческие организации могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов,

Правозащитная информация NON-Stop

оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ. Некоммерческие организации вправе заниматься предпринимательской деятельностью, только если данная деятельность направлена на достижение целей организации.

Общественная организация – неправительственное (негосударственное) добровольное объединение граждан на основе совместных интересов и целей. Иногда используется определение «третий сектор» (общественный) в дополнение к публичному и частному секторам.

Итак, общеизвестна и употребляема следующая терминология: НКО – некоммерческая организация; НПО – неправительственная организация; просто – общественная организация, в том числе правозащитная. Также употребляются термины – гражданская организация, или организация гражданского общества.

Несмотря на множественность и кажущуюся разнообразность все общественные организации, чем бы они ни занимались: объединяли в своих рядах филателистов и садоводов, охраняли экологию страны, заботились о подрастающем поколении, объединяли молодежь по интересам, защищали права российских граждан – все они имеют самое главное отличие – они независимы от государства. И достаточно часто такие организации находятся в конфронтации с властями или даже представляют собой часть оппозиции, не являясь, тем не менее, политическими организациями.

На мой взгляд, практически любая общественная организация, даже та, которая не позиционирует себя как правозащитная (ни в ее названии, ни в уставе не обозначена правозащитная деятельность), но даже и она тем или иным способом представляя интересы своих членов или целевой группы может стать, а часто является организацией, защищающей права. То есть ее можно было бы назвать правозащитной.

Существует общеизвестное мнение, что некоммерческие организации (общественные) гораздо лучше выполняют социальные и

общественные функции, чем само государство и структуры, которые должны выполнять их, потому что самими НКО управляют члены этих организаций и только в рамках основной цели этой конкретной организации.

В тексте часто употребляется термин «правозащитные организации» и даже есть глава об истории взаимодействия правозащитников с представителями СМИ. Все это потому что, правозащитные организации самые старые представители гражданского общества и можно твердо сказать, что и самые известные.

Поэтому методики, описанные в брошюре, с самого начала были применены для деятельности правозащитных организаций. Но практика показала, что они могут полноправно помочь и другим общественным организациям налаживать взаимодействие с представителями СМИ.

Данная брошюра изначально была написана потому, что давно известны факты недостаточно серьезного отношения представителей общественных организаций (и в первую очередь правозащитных) к деятельности, направленной на поиски контактов с представителями СМИ и установлению конструктивных отношений с журналистами. Практически повсеместно такая работа ведется нерегулярно и на недостаточно профессиональном уровне, что неэффективно и не дает необходимых результатов.

Отношения представителей общественных организаций и журналистов складываются довольно непросто. Результаты мониторинга, который проводил «Центр общественной информации», говорят о том, что публикации центральной прессы на общественно значимые и правозащитные темы появляются достаточно часто, но их качество и выбор тем обнаруживают, что журналисты не всегда представляют нынешнюю ситуацию в гражданском обществе, а самое главное – не знают, какие общественные организации могли бы их проконсультировать или предложить фактические материалы для публикаций.

Правозащитная информация NON-Stop

Тесное взаимодействие с журналистами, регулярное информирование о деятельности общественной организации может помочь ей занять свое достойное место в ряду организаций гражданского общества и повысить общественную оценку движения некоммерческих организаций. Этого можно достичь с помощью прессы, телевидения и радио. Распространение информации о деятельности общественных и, в первую очередь, правозащитных организаций не только полезно для граждан, зачастую не знающих, в какие организации можно обратиться при той или иной необходимости, но и способно решить одну из важнейших задач – объединить усилия различных слоев общества для упрочения демократических ценностей в нашей стране. Для достижения этой цели необходимо широкое оповещение общественности о всех формах взаимодействия различных слоев общества, о важности опоры на гражданские организации.

Регулярное взаимодействие с представителями региональных СМИ поможет правозащитникам достичь лучшего освещения нарушений прав человека, большей эффективности в их устранении, повысит авторитет правозащитных организаций в регионе, а также будет служить опорой любых других общественных организаций.

Опыт работы РОО «Центр общественной информации» может не только пригодиться российским общественным организациям в их взаимодействии с региональными СМИ для эффективной деятельности по освещению общественно значимых проблем в России в региональных СМИ, но и способствовать консолидации гражданского общества для воплощения в жизнь конкретных инициатив, направленных на борьбу с нарушениями прав человека во всех областях современной жизни общества.

Большую часть данного издания занимает описание уже выработанных Центром общественной информации методов взаимодействия с центральными СМИ.

В брошюре представлена история возникновения нашего Центра,

Опыт работы информационного центра

приводится мнение коллег о нашей деятельности, помещены некоторые заметки о правозащитном PR, о том, как строить взаимоотношения с представителями средств массовой информации (СМИ), как привлечь внимание общественности к вашей работе. Практически все методы взаимодействия со СМИ, описанные в брошюре, – это результаты нашей работы с учетом результатов анализа проведенного в свое время анкетирования.

Начиная свою деятельность, мы не знали, как решить ту или иную задачу, но со временем на практике увидели, как поступать лучше и удобнее и для нас, и для журналистов.

О связях с общественностью специально для общественных организаций пишут очень мало, да и издается такая литература небольшими тиражами. Конечно, PR общественной, в первую очередь, правозащитной организации основывается на общих принципах налаживания «связей с общественностью». Тем не менее, существует целый ряд отличий, обусловленных особенностями деятельности общественников (частые конфликты с властями, неумение найти общий язык с журналистами, невозможность нанять профессионала-пиарщика и т.п.).

В брошюре мы поговорим о наиболее частых ошибках, которые допускают общественные организации в своей PR-деятельности, и о том, как их можно избежать. Нам предстоит рассмотреть специфику PR общественных организаций, роль пресс-секретаря в общественной организации, затронуть такие темы, как способы распространения информации, написание пресс-релиза и проведение пресс-конференции.

История создания Центра общественной информации

Уже более пятнадцати лет наш Центр работает для представителей общественных организаций и журналистов. Менялось название организации, но характер нашей деятельности оставался неизменным.

«Информационный центр правозащитного движения» (ныне Центр общественной информации) начал свою деятельность как проект Московской Хельсинкской группы в апреле 1997 года. С весны 1998 года стал юридическим лицом в форме автономной некоммерческой организации. Его учредителями были: Московская Хельсинкская группа, Агентство по распространению правозащитной и юридической литературы, Фонд защиты гласности, Правозащитный Фонд «Комиссия по свободе доступа к информации». Одобрители и поддержали идею создания организации – Правозащитный центр «Мемориал», Центр-музей им. А.Д. Сахарова, Комитет солдатских матерей России и многие другие московские и региональные правозащитные организации.

«Информационный центр правозащитного движения» стал (и не смотря на то, что поменял название продолжает быть) единственной в своем роде организацией, которая создана для осуществления **public relations** правозащитного движения, о чем говорилось на юбилейной конференции в честь 20-летия МХГ в мае 1996 года.

История создания «Информационного центра правозащитного движения» такова. Весной 1996 года на юбилейном совещании, посвященном своему 20-летию, старейшая правозащитная организация Московская Хельсинкская группа (МХГ) представила пакет проектов по всестороннему обслуживанию региональных правозащитных организаций. Участники совещания, представители региональных правозащитных и других общественных организаций, рассмотрели, дополнили и одобрили проекты, представленные МХГ.

Среди прочих был одобрен проект по информационному

обслуживанию региональных общественных организаций. И мы попробовали начать этот проект в рамках пресс-службы МХГ.

С июля 1996 года пресс-служба издавала информационный бюллетень МХГ «Хроника текущих событий» («ХТС»). Эта новая «Хроника текущих событий» являлась преемницей знаменитой «Хроники текущих событий» – первого самиздатовского бюллетеня, выходявшего с апреля 1968 года по 1984 год. «ХТС» 1996 года сначала выходила как вкладыш в правозащитной газете «Экспресс-Хроника», а с марта 1997 года стала выходить самостоятельно, но, к сожалению, тираж был небольшим — всего 1000 экземпляров. Мы рассылали «Хронику текущих событий» бесплатно примерно по 800 адресам региональных правозащитных организаций России.

Конечно же, новая «ХТС» сильно отличалась от своей прародительницы – изменилось время. Но не изменилось положение российских граждан – права их нарушаются ничуть не меньше, чем в годы застоя. На страницах «ХТС» публиковались материалы о деятельности региональных общественных организаций, их инициативах, проблемах и успехах. С января 1999 года изменилось название, и «ХТС» стала называться «Хроникой Московской Хельсинкской группы», но тематика не изменилась, правда, появились новые рубрики, такие как «Партнеры МХГ», «Инициативы МХГ», «Международная Хельсинкская Федерация» и т.д.

Пресс-служба МХГ не ограничивалась изданием информационного бюллетеня.

С самого начала деятельности организовывались пресс-конференции, иногда рассылались пресс-релизы. Однако оповещение общественности о нарушениях прав человека и проблемах правозащитного движения через средства массовой информации не было регулярным.

В конце ноября 1996 года арестовали известного омского правозащитника Юрия Шадрин. Его московские коллеги старались

помочь Шадрину, писали письма и обращения в Генеральную прокуратуру и другие инстанции, выходили на пикеты. Сам Юрий Шадрин держал сухую голодовку.

Перед Новым годом известные московские правозащитники устроили пикет на Красной площади. Юрий Шадрин был освобожден. Тогда же состоялась пресс-конференция по делу Ю. Шадрина, на которую, к удивлению правозащитников, журналисты не пришли. Это вызвало много раздумий и сомнений. А вывод напрашивался сам собой – журналистов не интересуют дела правозащитников.

В самом начале 1997 года Центр содействия реформе уголовного правосудия организовал «круглый стол», на котором обсуждались взаимоотношения правозащитников и СМИ. Были приглашены известные московские журналисты; они предъявили правозащитникам достаточно серьезные претензии: информацию от них СМИ получают достаточно случайно и, как правило, подготовленную непрофессионально. Ведь даже в самых крупных московских правозащитных организациях нет ни пресс-службы, ни сотрудника, который бы регулярно занимался распространением той или иной информации в СМИ. На «круглом столе» была поддержана идея создания совместного информационного центра, который бы работал для всех организаций, желающих прибегнуть к его помощи. Создание такой структуры стало необходимым, когда правозащитники поняли, что без регулярного информирования СМИ о том, что происходит в правозащитном движении, не обойтись.

Так стал создаваться «Информационный центр правозащитного движения». Он начал работать с апреля 1997 года, практически на общественных началах. Только в августе был получен первый грант от Вестминстерского фонда демократии и появилась возможность взять сотрудника и начать реальную работу.

Тогда, собственно, как и сейчас, к нам обращаются разные общественные организации, не только те, у которых нет своей пресс-

Опыт работы информационного центра

службы. Нынешняя наша работа мало чем отличается от той, с которой мы начинали.

Мы рассылает пресс-релизы в СМИ о различных событиях гражданского общества, о фактах нарушений прав человека, работаем непосредственно с журналистами. Причем делаем это «адресно» – информацию направляем конкретно тем журналистам, которые пишут на общественно значимые темы и темы о нарушениях прав человека. Мы также следим за тем, пригодилась ли наша информация. Как правило, информацию нам присылают общественники, по собственной инициативе.

Журналисты признательны нам, что мы регулярно информируем их о деятельности общественных организаций. Даже если они сразу не используют нашу информацию, они заносят ее в базу данных их издания.

Итак, «Информационный центр правозащитного движения» был создан для осуществления public relations гражданского общества, в первую очередь, региональных общественных организаций, через центральные и местные средства массовой информации.

Мы информируем столичные и региональные СМИ о деятельности общественных организаций и либеральных политических движений и партий, адресуя пресс-релиз на определенную тему определенному журналисту, который занимается данной темой; оповещаем общественные организации о направлениях деятельности, инициативах, успехах и конкретных акциях каждой из них; информируем общественность, органы власти, международные общественные организации о фактах незаконных ограничений деятельности общественных организаций и преследованиях их членов и отдельных граждан; оповещаем центральные и региональные СМИ, а также органы власти о конкретных случаях нарушений прав человека; готовим и проводим пресс-конференции, посвященные проблемам общественного движения и конкретным фактам нарушений прав человека;

распространяем информацию о готовящихся акциях, семинарах, совещаниях и других инициативах правозащитных организаций; предоставляем региональным общественным организациям возможность публикации в информационном бюллетене «Хроника Московской Хельсинкской группы» материалов о положении дел в российском гражданском обществе; проводим мониторинг публикаций центральной прессы и интернет-изданий на общественно значимые темы.

«Хроника МХГ» – информационный бюллетень МХГ – выходит раз в месяц и бесплатно рассылается региональным общественным организациям. На его страницах публикуются различные материалы о деятельности региональных общественных организаций различных сфер деятельности, письма читателей, разнообразные методики организации деятельности общественных организаций и многое другое. Бюллетень снабжает представителей региональных общественных организаций информацией о деятельности московских общественников, о правозащитной работе в регионах и многом другом.

Наш Центр является связующим звеном для многих общественных организаций. И конечно, нам хотелось бы, чтобы наша общая работа стала более эффективной, а общественность, законодательные и исполнительные органы власти, центральные, региональные и международные СМИ были информированы обо всем, что происходит в гражданском движении. Мы стараемся оказывать помощь всем, кто к нам обращается, всегда благодарны за предоставление информации о деятельности общественных организаций, о случаях нарушений прав и свобод граждан в разных сферах социальной жизни, о достижениях общественников.

Надо заметить, что за эти годы мы стали настоящими помощниками журналистов. Потому что, по нашему мнению, одним из наиболее важных факторов работы общественных организаций является донесение фактической ситуации в области нарушений прав человека и

других фактов, нарушающих жизнеобеспечение и жизнедеятельность российских граждан до общественности с помощью средств массовой информации.

Журналистов и сами средства массовой информации называют «четвертой властью». Это власть, на которую обращают внимание, в том числе и государственные структуры. Но, к сожалению, журналисты не всегда достаточно пишут о деятельности общественников и в первую очередь правозащитников, о гражданском движении. Оговорюсь, – мало писали. Потому что в последнее время положение несколько изменилось. Журналисты уже привыкли к тому, что видят наш бланк «Центр общественной информации». Мы стараемся достаточно коротко и емко излагать факты. И почти всегда располагаем дополнительными материалами по поводу данного конкретного нарушения прав человека.

Нижеприведенные отклики наших коллег являются подтверждением востребованности нашей деятельности.

Коллеги о нас

«Центр общественной информации – уникальный информационный ресурс»

«Центр общественной информации» на сегодняшний день – практически единственная организация, которая реально выстраивает и укрепляет деятельное взаимодействие между правозащитными НПО и журналистским сообществом. Это определяется рядом факторов.

Во-первых, «Центр общественной информации» – надежный, своевременный и в своем роде уникальный информационный ресурс. Перечень публикаций СМИ, которые подписчики получают точно в срок (остается только пожелать сотрудникам Центра и впредь работать столь же оперативно и качественно), позволяет журналистам составить представление о состоянии освещения правозащитной проблематики в СМИ в конкретный момент. Но это не всё – перечень позволяет увидеть не только отдельные фрагменты

медийного пейзажа, но всю картину в целом, в динамике, что неопределимо для аналитика, заинтересованного в проблеме. Аналитики, а также те журналисты, которые не специализируются в правозащитной тематике, но проявляют интерес, просто хотят составить представление о происходящем, активно и с благодарностью этим перечнем пользуются. Не могу не отметить, что Союз журналистов России включает в число подписчиков Центра все новых и новых членов и неизменно получает все новые запросы.

Во-вторых, собственные материалы, подготовленные Центром, – не менее ценный ресурс. Общественно-политические СМИ далеко не всегда имеют даже просто физическую возможность направить корреспондентов на все запланированные правозащитным сообществом мероприятия. Центр восполняет этот недостаток и предоставляет профессионально подготовленные и информативные тексты без ошибок, недочетов, так что они легко могут быть использованы в дальнейшей работе.

Третье – общественная деятельность Центра. В течение длительного времени, практически с момента регистрации, Центр – активный партнер СЖР (Союза журналистов России). Клуб «Гражданин», который успешно работает в Центральном доме журналиста в Москве и на других площадках в регионах, открытие Юридической гостиной СЖР, множество интереснейших дискуссий, «круглых столов» и неформальных обсуждений – это также неременная заслуга Центра.

Вклад его в повышение гражданского самосознания и просвещение журналистов Москвы и ряда регионов неоспорим.

В чем желаем Центру дальнейших успехов и сотрудничества.

Надежда Ажгихина,
секретарь Союза журналистов России

«Мы работаем в тесном контакте»

«Институт прав человека» и «Правозащитный центр "Мемориал"» уже более пятнадцати лет работают в тесном контакте с РОО «Центр общественной информации» (ранее – «Информационный центр правозащитного движения», директор Елена Гришина), которая является единственной в своем роде в нашем некоммерческом сообществе.

Это организация, которая осуществляет миссию публичного лица и, одновременно, медиатора в сфере налаживания «public relations» между правозащитным движением и, шире, многими гражданскими институтами, включая демократические партии и группы, с различными кругами общественности.

При этом эта организация не только обеспечивает федеральные российские и многие зарубежные средства массовой информации, общественные и другие заинтересованные организации информацией о нарушениях прав человека, деятельности неправительственных организаций в России и за рубежом. Другой, не менее важной стороной работы Центра является регулярное обеспечение нашего сообщества (по крайней мере, той его части, которая в этом нуждается и не представляет себе эффективной работы без этого) публикациями центральной прессы и интернет-изданий на правозащитные темы. Кроме того, для обоих направлений полезен выпуск специализированного информационного бюллетеня «Хроника МХГ», в котором рассказывается о деятельности правозащитных организаций и их проблематике.

Как уже упоминалось, «Центр общественной информации» стал преемником целей, задач и традиций известной правозащитной организации АНО «Информационный центр правозащитного движения», наработанного профессионального опыта, способов и методов деятельности. Центр ежедневно обеспечивает все

заинтересованные организации свежей и объективной информацией в виде пресс-релизов, которые рассылаются по примерно 400-м электронным адресам журналистов центральных СМИ, включая зарубежные, специализированные отделы изданий, такие как «Политика», «Общество», «Право» и т.д. Именно из материалов Центра многие представители общественных и, в первую очередь, правозащитных организаций не только узнают о том, как освещается их деятельность, но и получают информацию о том, что происходит в других российских регионах; это, в свою очередь, способствует налаживанию контактов между разными секторами гражданского общества, а значит, расширению сети их информационно-аналитического обмена.

Этому также способствует то, что Центр регулярно организывает и проводит пресс-конференции и «круглые столы» на актуальные темы развития гражданского общества, продвижения институтов демократии и соблюдения прав человека.

Наконец, деятельность Центра способствует тому, что между СМИ и общественными организациями устанавливается своего рода «мостик», весьма полезный и для тех, и для других. Например, журналисты при сборе информации получают ценных помощников-правозащитников, и это избавляет их от необходимости «вытягивать» информацию из чиновников, которые часто не заинтересованы в том, чтобы ее давать. Представители общественных организаций на местах, со своей стороны, при постоянном контакте со СМИ уже понимают, что от них требуется, в какой форме должна быть подана информация. Это было бы невозможно, если бы в Центре не велась большая работа по сбору информации о различных организациях третьего сектора в России. Так, к настоящему времени там собрана информация о деятельности примерно полутора тысяч региональных правозащитных организаций.

Наш Институт не только является поставщиком информации и ее

потребителем, но за эти годы не раз участвовал в совместных с Центром проектах или разовых мероприятиях. В начале 2000-х годов мы вместе готовили информационно-аналитический ежемесячный бюллетень «Беларусь сегодня», который был в тот момент чуть ли не единственным изданием, целенаправленно освещающим события в Беларуси и проблематику российско-белорусских отношений, построения Союзного государства и соблюдения прав граждан в обеих его частях. Затем нами выполнялся другой совместный проект – по изданию бюллетеня «Политические и религиозные преследования в странах СНГ». Оба этих издания рассылались и продвигались силами Центра, сотрудники которого много сделали для получения общественно полезной информации ее потребителями.

*Валентин Гефтер,
исполнительный директор Института прав человека*

Определение PR

Специалисты утверждают, что существует не менее ста пятидесяти определений понятия public relations (PR, или пиар) – связей с общественностью.

Одно их определений достаточно красивое звучит так: PR – это искусство отношений между людьми.

На мой взгляд, самое важное в PR – это креативность, целесообразность и здравый смысл. Если руководствоваться этим, то и любое расхождение в формулировках не будет влиять на понимание целостности этого определения.

Формулировки отличаются друг от друга, но в их основе – главный принцип связей с общественностью: создание благоприятных отношений между общественными институтами и самим обществом. Суммируя возможные и имеющиеся определения PR, можно сказать, что это продвижение различными, иногда достаточно хитроумными способами любого товара (продукта), независимо от его истинной

ценности. В нашем случае продукт – это информация, которую мы распространяем.

В Британской энциклопедии PR определяется как деятельность по распространению информации о чем-то или создание благоприятного отношения к человеку, корпорации, управленческому органу или другой организации.

Основные задачи PR-отделов включают в себя выпуск пресс-релизов, организацию пресс-конференций, подготовку материалов для СМИ и общественности, поддержание контактов с органами местной власти, подготовку различных информационных материалов – создание газет, брошюр, буклетов и любых других печатных и интернет-изданий, а также организацию выставок, проведение исследований по изучению общественного мнения и многое другое.

Остроумное и не стареющее разъяснение PR дает американский журнал «Ридерс Дайджест». Он ответил на собственный вопрос: «Чем связи с общественностью отличаются от других форм деловой коммуникации?» – следующим образом. Если в город приезжает цирк и вы повесили афишу: «В субботу на ярмарке будет цирковое представление» – это реклама. Если вы прикрепили афишу на спину слона и провели его по городу – это стимулирование сбыта. Если слон прошелся по цветочной клумбе мэра – это приобретение известности (паблисити). Если вы добились того, что мэр рассмеялся, – это установление отношений с общественностью (пиар).

Приведем еще одно определение: связи с общественностью – это самостоятельная, продуманная и системная деятельность по формированию благоприятного образа организации в сознании целевой аудитории, а также формирование благоприятных взаимоотношений между ними.

Как видно из приведенных выше задач пиар-отделов, деятельность по связям с общественностью включает в себя многие факторы для достижения взаимопонимания и взаимодействия между организациями

и общественностью, включая, естественно, представителей средств массовой информации.

Значение PR для общественных организаций

Говоря о задачах правозащитных и других общественных организаций применительно к ведению их PR-деятельности, надо иметь в виду, что в систему public relations входит целый комплекс мероприятий, направленных на формирование благоприятного общественного мнения в отношении общественных организации и организаций гражданского общества в целом.

Перед подразделениями, занимающимися пиар (PR-отделов, пиар-служб, пресс-служб), стоит множество задач, предполагающих разные способы достижения цели. Например, подготовка пресс-релизов и статей для прессы, радио- и телематериалов, организация пресс-конференций, семинаров, «круглых столов», налаживание личных контактов с журналистами и так далее – то есть освещение деятельности, проблем и успехов общественной организации, в том числе привлечение внимания общественности и СМИ к проблемам нарушений прав человека, с которыми они сталкиваются в своей деятельности и методам их защиты.

В данном перечислении упомянуты более-менее привычные для каждой организации элементы информационной работы. Однако у пиар-отдела есть еще несколько важных функций.

Основные функции пиар-отделов:

1. *Информационная работа со СМИ.*
2. *Информационная работа с органами власти, другими некоммерческими организациями и общественностью.*
3. *Отслеживание материалов прессы (мониторинг).*
4. *Информационная работа с руководителем.*
5. *Внутренний сбор информации и информирование*

коллектива.

6. Представительская работа в рамках публичных мероприятий и проч.

Почти вся деятельность правозащитных и других общественных организаций – ведение приема граждан, проведение пикетов, митингов, семинаров и других мероприятий, издание информационных бюллетеней, направление писем и заявлений во властные структуры – всё это при правильном подходе может стать элементами налаживания связей с общественностью. Специалисты пиар-службы как раз и нужны для того, чтобы суметь превратить то, что выглядит рутинной работой, в информационный повод для СМИ и, таким образом, способствовать улучшению публичного имиджа организации. Без такой работы даже самые лучшие дела общественной организации останутся малоизвестными.

Правозащитники и СМИ: история сотрудничества

История взаимоотношения правозащитников со СМИ восходит к началу 60-х годов, к эпохе самиздата.

Людмила Алексеева в своей книге «История инакомыслия в СССР» пишет о появлении самиздата: «Сначала самиздат был беден собственными произведениями и использовался преимущественно для переводов (тоже сделанных тайными добровольцами): в машинописных копиях ходили переведенные на русский «По ком звонит колокол» Хемингуэя, «Мрак в полдень» Кестлера, «1984-й» Оруэлла, несколько позднее – «Новый класс» Джиласа. Перепечатывали и произведения, изданные в СССР, но малодоступные из-за давности издания или маленького тиража.

<...> У самиздатских копий, как правило, высокий коэффициент читаемости. Они переходят от знакомого к знакомому.

<...> Распространению самиздата, во всяком случае среди моск-

вичей, способствовало изменение жизни во второй половине 50-х годов.

<...> Большие компании, где установилось доверие друг к другу, создали прекрасную среду для распространения самиздата»¹.

Кроме самиздата западные радиостанции информировали зарубежную и советскую общественность о нарушениях прав человека.

Самые первые передачи западного радио, которые зазвучали в середине 60-х годов, были об аресте Александра Гинзбурга, издававшего журнал «Синтаксис», и поэта Иосифа Бродского. Кстати, об аресте Александра Гинзбурга упоминала и советская пресса.

В сентябре 1965 года Комитет государственной безопасности арестовал двух московских литераторов, Андрея Синявского и Юлия Даниэля, которые в течение ряда лет тайно передавали за рубеж для публикации свои рассказы и повести. Против них было возбуждено уголовное преследование по ст.70 УК РСФСР («антисоветская агитация и пропаганда»); однако дело было не столько в содержании беллетристики «литераторов-подпольщиков», сколько в том, что, публикуясь за границей, они тем самым обошли негласное табу на печатание произведений, не прошедших государственную цензуру – Главлит².

Широкую известность этого дела обеспечили советские газеты, освещая его, естественно, в крайне негативном ключе. О суде над А. Синявским и Ю. Даниэлем говорили и все зарубежные радиостанции – был открыт доступный источник распространения информации для международной общественности. После процесса появился еще один – в газетах на Западе стали публиковаться подготовленные правозащитниками письма и заявления.

Первое деловое общение с западными СМИ начал Андрей Амальрик

¹ Л.М. Алексеева. История инакомыслия в СССР. М.: Зацепя, 2001.

² Цитируется по статье А.Ю. Даниэля «Очерк истории правозащитного движения в СССР и России» в книге Правозащитное движение в России. Коллективный портрет. М.: ОГИ, 2004.

через год после суда над А. Синявским и Ю. Даниэлем. В конце 60-х годов он стал первым «связным» с Западом, через него уходили документы правозащитного движения, а также художественный самиздат и публицистика. Сейчас можно было бы сказать, что Андрей Амальрик стал первым пресс-секретарем нарождавшегося тогда правозащитного движения.

А с 30 апреля 1968 года, дня рождения информационного бюллетеня «Хроника текущих событий» (первым редактором была Наталья Горбаневская), первого регулярного самиздатовского издания, началась летопись правозащитного движения.

Сделанные в начале 60-х годов первые информационные шаги правозащитников были важной вехой, давшей в те и последующие времена импульс для роста движения. Деятельность первых советских защитников прав человека благодаря помощи журналистов западных СМИ стала широко известна не только зарубежной аудитории, но и значительному числу советских граждан.

Первые правозащитники понимали, что без СМИ им не сделать достоянием общества информацию о нарушениях прав человека, происходивших в Советском Союзе. Предать гласности факты нарушений прав, обратить внимание зарубежной общественности на судебные процессы, проходящие в Советском Союзе, и повлиять на судьбу людей, которые томились в тюрьмах и лагерях за свои политические убеждения, – таковы были цели движения в ту эпоху. Такими они остаются и по сей день – с той разницей, что сейчас у правозащитных организаций есть больше возможностей влиять на информационное пространство.

Особенности PR общественных организаций

PR нужен общественным правозащитным организациям, чтобы формировать просвещенное общественное мнение в стране и за рубежом в отношении своей деятельности. Ведь несмотря на выдающуюся историю правозащиты в СССР и России, несмотря на многочисленные обращения граждан в правозащитные организации и другие общественные организации, об их деятельности в России в целом знают мало. Причем нередко россияне располагают лишь негативной, тенденциозной информацией.

В этих условиях основными целями PR-работы правозащитных организаций могут быть:

- информирование общественности о том, что такое правозащитные и – шире – неправительственные организации;
- привлечение внимания общественности к существующим проблемам в сфере соблюдения прав человека и инициативам общественных организаций;
- распространение информации об истории и современном состоянии правозащитного движения, направлениях его деятельности;
- сообщения для граждан, нуждающихся в правовой помощи, о том, где и как они могут получить необходимую помощь, и многое другое.

Значение работы со СМИ для нынешних правозащитников огромно. И, как и прежде, без тесных контактов с представителями СМИ их работа не будет иметь необходимого общественного резонанса.

Начиная и планируя PR-деятельность, организация должна задуматься о формах взаимодействия со СМИ, которые включают в себя, в первую очередь, наработку способов и навыков общения с журналистами, организацию регулярного информирования СМИ о

своей деятельности и, возможно, создание специальной пресс-службы.

Часто правозащитные организации имеют собственные средства массовой информации: информационные бюллетени, газеты, информационные сайты; выпускают книги и брошюры на актуальные правозащитные темы. Конечно, распространение таких информационных материалов важно. Но не стоит забывать о недостаточности больших тиражах изданий правозащитных организаций и об отсутствии нужной рекламы для, как теперь говорят, «раскрутки» периодического издания или сайта правозащитной организации.

Тем не менее, всё то, что издает и распространяет правозащитная организация, может быть использовано для целей и нужд PR, особенно если организация выпускает продукты, интересные широкой аудитории.

Несколько советов тем, кто выпускает собственные издания:

- 1. Пишите не о том, что прошел семинар, а о том, что на нем обсуждалось и что изменилось после него.*
- 2. Ищите всякий раз новые интересные темы.*
- 3. Подумайте о рубриках издания. Они помогут читателям различить редакционную статью, тематические материалы и объявления.*
- 4. Не повторяйте, скажем, в издании за 2005 год материал за 2000 год.*
- 5. Даже если вы делаете газету в одиночку, не ставьте свою фамилию после каждого материала.*
- 6. Не называйте статью «круглый стол» или «Разработан проект». Эти названия приемлемы для рубрик. Находите содержательные и оригинальные заголовки.*
- 7. Перепечатывая материалы других общественных организаций, всегда ссылайтесь на их издания.*
- 8. Спрашивайте читателей, что они хотят читать и что читают. Учитесь на успехах и неудачах, учитесь у коллег и*

конкурентов.

Чаще всего аудитория правозащитных организаций состоит в основном из коллег или единомышленников, при этом потребность в том, чтобы организацию знали, – значительно больше. В этом могут помочь журналисты. Планируя PR-деятельность, необходимо изучить специфику различных СМИ.

Специфика различных СМИ

Средства массовой информации делятся на печатные (газеты, журналы) и электронные (телевидение, радио). Кроме того, необходимо выделить информационные агентства и интернет-издания.

Печать (пресса) – это газеты, журналы, еженедельники, каталоги, справочники и т.д. Телевидение – разного направления телеканалы и редакции, которые готовят информационные и развлекательные передачи, программы новостей, ток-шоу. Радио – это система радиостанций, выпускающих в эфир новости, тематические, авторские программы и пр.

Одни газеты, журналы, радио- и телепередачи распространяются по всему миру, другие – в отдельных регионах, областях и районах. Каждое СМИ обладает определенной спецификой.

Пресса является одной из самых развитых систем СМИ. Она включает в себя издания разной периодичности, тиражности, жанров. Практически для любой прессы важно широкое представление событийной информации, которая сопровождается комментарием, прогнозом или анализом. Преимущество прессы состоит в том, что читатель имеет возможность быстро и обзорно познакомиться со всеми материалами номера. После чего он может выбрать интересующую заметку или статью, прочитать ее целиком и вернуться к материалу в любое время, когда ему удобно.

В отличие от электронных, т.е. «вещательных», СМИ, материалы печатного издания более аналитичны, информативны и литературны. На

подготовку таких материалов журналисты тратят больше времени, используют широкую доказательную базу, пользуются большим числом источников и документов, фотографий и иллюстраций. Недостаток прессы – ее меньшая оперативность, т.к. газеты и журналы связаны с режимом выхода периодического издания. Планируя работу с печатными изданиями, нужно учитывать концепцию и специфику издания, время подписания в печать очередного номера.

Радиовещание отличается большой степенью оперативности – сюжеты на радио, как правило, идут в тот же день, с незначительными временными задержками. Кроме того, специфика радио состоит в том, что обычно в материалах звучит не только голос журналиста или диктора, но и шумы, заставки, музыка.

Работая с радио, принимайте во внимание, что информация должна поступить в редакцию заблаговременно. Если вам представится возможность выступать на радио, рекомендуется поработать над интонированием и разбивкой фраз. Перед тем как выходить в эфир, обязательно прочитайте свой текст вслух.

Сильная сторона телевидения – это огромные возможности расширения аудитории. Сочетание звука и картинки позволяет создать «эффект присутствия» на месте события, что притягивает к экранам телевизоров миллионы людей. Неудивительно, что телевидение – наиболее динамично развивающийся вид СМИ. Видеоряд имеет большие возможности, он позволяет воспроизводить не только кадры, но и схемы, параллельные сюжеты, а также комментарий в газетном виде.

Если вы хотите заинтересовать телевизионных журналистов, предусмотрите подходящий видеоряд. Например, «говорящие головы» на пресс-конференции, тематической конференции или другом правозащитном мероприятии явно не подойдут. Стоит также побеспокоиться и о том, чтобы дата вашего мероприятия не совпала с каким-либо более важным событием. У тележурналистов ограничены возможности для съемки, и для вас может просто «не хватить камер».

Информационные агентства ведут разнообразную деятельность по сбору, обработке, распространению информации и снабжают ею другие СМИ. Через новостные ленты агентств журналисты получают постоянный «информационный фон», новые информационные сюжеты по наиболее важным социальным темам (обычно это происходит в режиме реального времени), что позволяет им работать более эффективно. Сообщения информационных агентств – это не только события, но и комментарии, оценки, хроника и т.д.

Преимущество информационных агентств состоит в том, что они обладают разветвленной сетью корреспондентов и используют новейшие технические средства передачи информации. Агентства заинтересованы в получении любой свежей информации и будут передавать ее по мере поступления к ним, независимо от повторяемости темы. Также они удобны для более широкого распространения анонсов – информации о планируемых событиях (пресс-конференциях, семинарах, «круглых столах» и др.). Обязательно посылайте анонсы своих мероприятий в агентства – их увидит огромное количество журналистов.

При взаимодействии с информационными агентствами необходимо учитывать, что журналисты агентств могут не присутствовать на мероприятии, чтобы сделать новостное сообщение. Можно облегчить им задачу, подготовив пресс-релиз.

Нельзя не упомянуть и о набирающих вес интернет-изданиях – новостных, аналитических, справочных сайтах. Главное их преимущество состоит в оперативности подачи информации, а недостаток – в ограниченном охвате аудитории и публикации не всегда проверенной информации.

И еще очень интересной и важной деятельностью для представителей общественных организаций, на которую необходимо обратить пристальное внимание и постараться изучить ее специфику и применять в своей PR деятельности является блогосфера.

Представляю некоторые понятия, относящиеся к блогосфере. Блог (англ. *blog*, от «web log» – сетевой журнал или дневник событий) – веб-сайт, основное содержимое которого – регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Для блогов характерны недлинные записи временной значимости, отсортированные в обратном хронологическом порядке (последняя запись сверху). Отличия блога от традиционного дневника обуславливаются средой: блоги обычно публичны и предполагают сторонних читателей, которые могут вступить в публичную полемику с автором (в комментарии к блогзаписи или своих блогах).

Людей, ведущих блог, называют блоггерами (также распространено альтернативное написание блоггер). Совокупность всех блогов сети принято называть блогосферой.

Общаясь со СМИ, необходимо учитывать особенности редакционной политики, степень их независимости. Игнорировать не стоит ни одно СМИ – в самых «зависимых» у вас могут оказаться союзники, люди, разделяющие ваши взгляды и готовые писать о правах человека. Найти формы сотрудничества можно с подавляющим большинством журналистов – пусть не всегда с первого раза. Постарайтесь подобрать верный тон при общении с каждым из изданий, ищите журналистов, которые стали бы вашими соратниками, постоянно снабжайте информацией максимальное число журналистов и будьте изобретательны.

Пресс-секретарь общественной организации

Для более успешного ведения PR-деятельности в правозащитной организации следует определить сотрудника, ответственного за связи с общественностью и конкретно с представителями СМИ (пресс-секретаря). Может показаться, что вырастить профессионального пресс-секретаря в правозащитной организации сложно. Тем не менее,

планирование информационной работы и постоянная практика дают очень многое.

Работу пресс-секретаря можно в целом описать как посредничество в общении между организацией, обществом и, конечно, журналистами. Главная обязанность пресс-секретаря – это обеспечение освещения деятельности организации в средствах массовой информации с помощью организации мероприятий и снабжения журналистов оперативной и достоверной информацией.

Регулярное информирование СМИ о своей деятельности – это примерно на 70% залог успеха PR-деятельности любой правозащитной организации. При этом информация, которую распространяет пресс-секретарь, должна отвечать некоторым критериям, укладывающимся в «формулу трех “Д”»: доходчивость, доверительность и достоверность.

- *Доходчивость* предполагает, что журналистам предлагается достаточно простое, доступное изложение тех сведений, которые требуется донести до общественности.
- *Доверительность* означает особое качество работы и отношений с журналистами, своего рода кредит доверия друг другу. Для СМИ крайне важно сознание того, что им предоставили значимую, эксклюзивную информацию, несмотря на то, что организация распространяет ее достаточно широко.
- *Достоверность*, пожалуй, самое главное в этой формуле. Все факты, которые сообщаются СМИ, должны быть тщательно проверены. Нельзя обманывать журналистов и вводить в заблуждение аудиторию неточными цифрами и фактами.

Не следует бояться, что ваша информация будет воспринята негативно. Будьте четки и последовательны в изложении своей позиции и не думайте о том, что журналисты воспримут ее «неправильно». Иногда критическая заметка имеет гораздо больший резонанс в общественной среде, чем простое изложение фактов.

Правозащитная информация NON-Stop

Для правозащитников важно быть услышанными, и для этого необходимо использовать все возможные способы. Так, наша практика показывает, что тексты пресс-релизов часто перепечатываются, газетчик может даже поставить свою фамилию под такой публикацией. И в этом нет ничего страшного, наоборот, это можно расценивать как высокую степень доверия к вашей работе, за что стоит поблагодарить журналиста.

Важно, чтобы пресс-секретарь обладал не только даром убеждения, но и определенной долей обаяния и, налаживая отношения с журналистами, мог общаться неформально – это увеличивает степень доверительности. В идеале пресс-секретарь должен стать «своим человеком» среди журналистов, пишущих на «его» тему, чему способствует посещение разных мероприятий, на которых собираются представители СМИ.

Налаживая контакты с журналистами, следует запастись эксклюзивной информацией. Вероятнее всего, в деятельности любой организации есть малоизвестные факты. Интересно поданные (в телефонном разговоре или в виде текста), они привлекут журналистов. Информационным поводом может послужить, например, конкретное нарушение прав человека, выявленное правозащитниками, история помощи конкретному человеку, краткая сводка деятельности общественной приемной, данные нового исследования или информация о какой-либо акции правозащитников и т.д.

Искусство пресс-секретаря состоит в том, чтобы найти информационный повод и представить его в оптимальной для СМИ форме. Это может быть, например:

- пресс-релиз (сообщение для прессы, рассылаемое по электронной почте или по факсу);
- пресс-конференция;
- «круглый стол» или дискуссия;

- интервью журналисту (личное или по телефону);
- информационная рассылка и др.

Вся информация правозащитной организации должна рассылаться адресно, то есть конкретным журналистам или в специализированные отделы СМИ. Отправляя сообщения на общие адреса редакций, вы должны быть готовы к тому, что секретарь главного редактора отправит факс или электронное письмо в корзину. В редакцию любой газеты или журнала, телевидения или радио поступает огромное количество информации, на одну сортировку которой уходит масса времени. При этом правозащитная информация, как правило, имеет не самый высокий приоритет, но может заинтересовать отделы «Общество», «Политика», службу новостей.

Естественно, электронный метод рассылки более прост и удобен, чем другие. Тем не менее, в ряде случаев имеет смысл дублировать сообщение по факсу (не во всех редакциях электронная почта работает надежно). Если нужного журналиста нет, например, он в командировке, обязанности по освещению текущих событий будут временно перераспределены его коллегам. Принцип адресности снова сработает – в редакциях действуют корпоративные интересы, и журналисты привыкли друг друга подменять.

Мы обязательно направляем сообщения (анонсы пресс-конференций, пресс-релизы) в информационные агентства, чтобы они попали на новостную ленту – таким образом, их сможет увидеть еще большее число журналистов. Если вы хорошо наладите процесс распространения информации, журналисты, интересующиеся правозащитной тематикой, со временем начнут звонить вам сами.

При всей своей занятости пресс-секретарь должен уделять достаточно времени и внимания персональному общению с журналистами – через личные письма, звонки и посещение мероприятий. Чем больше непосредственного общения – тем выше доверие к вам и желание иметь дело с продвигаемыми вами

информационными сюжетами.

Большим подспорьем для региональных правозащитных организаций является создание объединенного информационного центра. Каждая организация должна стремиться к знанию опыта коллег и контактам с другими общественными организациями (особенно с теми, у которых хорошо налажена работа с прессой).

Налаживая взаимоотношения с представителями СМИ, надо четко представлять, кто этот журналист, в каком издании он работает, на какие темы оно ориентировано. Для этого необходимо изучать СМИ региона, и в этом может помочь мониторинг региональных СМИ и, конкретно, мониторинг публикаций прессы и интернет-изданий на общественно значимые темы.

Мониторинг публикаций на общественно значимые темы

Мониторинг – это регулярный, построенный по особой методике сбор информации о каких-либо процессах или явлениях (в нашем случае – нарушениях прав человека в регионе, деятельности госструктур в области прав человека и т.д.), позволяющий отслеживать их состояние и динамику. Мониторинг прессы и интернет-изданий позволяет правозащитным организациям, получив количественные данные о том, что пишут о правах человека, увидеть эффективность собственных действий.

Чтобы начать мониторинг – просматривать и изучать газеты и интернет-издания, необходимо определить схему обработки и фиксации ваших исследований, составить рубрикатор. Он может быть построен по тематическому принципу и состоять, к примеру, из статей Всеобщей декларации прав человека.

Примерный рубрикатор

Рубрикатор публикаций центральной прессы и интернет-изданий на общественно значимые темы

1. Беженцы и вынужденные переселенцы
2. Правоохранительные органы, суды и пенитенциарная система
3. Политические убийства и экстремизм в РФ и СНГ
4. Права военнослужащих и призывников
5. Права детей и женщин
6. Законодательство и деятельность государственных структур в сфере прав человека
7. Свобода слова и информации
8. Свобода совести
9. Права человека за рубежом
10. Деятельность правозащитных организаций
11. Факты, мнения и проблемы демократии в России
12. Выборы
13. Дискриминация по различным признакам
14. Северный Кавказ
15. Деятельность международных организаций, фондов и др. (Совет Европы, Европейский суд и т.п.)
16. Экология и права человека
17. Основные социальные и трудовые права
18. Коррупция
19. Бизнес и власть в России
20. Шпиономания в России
21. Проблемы национальных меньшинств в Российской Федерации

Можно взять за основу и иной принцип:

- рубрики, которые отражают конкретную деятельность вашей

организации;

- рубрики, охватывающие все направления деятельности правозащитного движения;
- рубрики, которые могут интересовать правозащитников («Выборы», «Права человека за рубежом», «Законодательство в сфере прав человека и деятельность госструктур» и пр.).

Чем более четко составлен рубрикатор, тем легче отбирать и классифицировать статьи. К примеру, наряду с такими широкими рубриками, как «Права детей и женщин», «Права военнослужащих и призывников», «Правоохранительные органы, суды и пенитенциарная система», можно ввести и такую, как «Критические замечания о правозащитной деятельности».

Тщательное изучение рынка средств массовой информации и содержания публикаций – необходимая часть работы любого пресс-секретаря. Тем самым он, помимо прочего, формирует список региональных СМИ с набором дополнительных характеристик.

Примерное содержание списка СМИ (журналистов)

- *название СМИ с указанием его типа (информационное агентство, газета, журнал, радиоканал, телеканал, интернет-издание);*
- *тематика СМИ, периодичность выхода;*
- *время, когда подписывается номер (если это касается газеты) или передача выходит в эфир;*
- *контактные координаты СМИ: почтовый адрес, телефон, факс, адрес электронной почты;*
- *фамилия, имя, отчество (полностью) главного редактора;*
- *фамилия, имя, отчество (полностью) руководителя специализированного отдела («Политика», «Общество», отдела новостей и т.д.);*

Опыт работы информационного центра

- *фамилия, имя, отчество (полностью) журналиста, название отдела, в котором он работает;*
- *тема, по которой пишет конкретный журналист;*
- *примечания (разного рода информация, имеющая отношение к делу).*

Поскольку отношения предстоит выстроить с отдельными журналистами, пресс-секретарю нужно собрать как можно больше сведений о каждом из них: в каком издании работает, на какие темы пишет, в каком жанре и пр. В сборе такой информации и изучении СМИ региона также может помочь мониторинг. Благодаря ему вы увидите закономерности освещения тех или иных тем и узнаете точное количество статей в прессе или интернет-изданиях по вашей проблематике.

Конечно, главное в списке СМИ – это фамилия, имя и координаты журналиста, который чаще других публикует статьи на правозащитные темы. Следует предусмотреть в списке еще и раздел «Независимые журналисты», в котором будут сведены данные о журналистах, не работающих в специализированном отделе или в определенном СМИ.

При встрече с журналистом следует поговорить о его публикациях и теме над которой он работает. Как правило это располагает людей и способствует установлению «неформальных» отношений. Кроме того, полезно обмениваться опытом PR-деятельности и данными мониторинга с коллегами из других общественных организаций.

Подготовка текстов пресс-релизов

Пресс-секретарь может распространять информацию о деятельности правозащитной организации разными способами, и пресс-релиз – один из самых доступных. Пресс-релиз – это сообщение для журналистов, рассказывающее о каком-либо событии или факте. Это текст, содержащий важные факты и призванный максимально облегчить журналистам работу над их материалами.

Коротко остановимся на формальных требованиях к пресс-релизам. Пресс-релиз печатается на бланке организации, где также указаны: название организации, адрес, телефон, факс, адрес электронной почты.

Ниже реквизитов организации можно написать: «Вниманию средств массовой информации» или слово «Пресс-релиз». Последнее не совсем удачно, так как это слово часто вызывает негативную реакцию журналистов, получающих в день несколько десятков пресс-релизов.

Объем пресс-релиза – не более двух страниц; лучше, если текст займет одну страницу. При этом старайтесь сверстать его так, чтобы было удобно читать – крупным кеглем (11 или 12), через двойной или полуторный интервал.

Пишущим пресс-релиз придется основательно подумать над привлекающим внимание названием – ведь это первое, что бросается в глаза. Заголовок должен отражать суть информации, которая содержится в пресс-релизе, в нем не должно быть «воды». Заметным название пресс-релиза может быть не только за счет емкой формулировки, но и за счет выделения его в тексте жирным шрифтом.

В настоящее время при огромных объемах получаемой информации всё чаще журналисты и редакторы СМИ только просматривают заголовки, чтобы получить необходимую информацию. И это нельзя не учитывать. Необходимо уделять заголовку серьезное внимание.

Приведу один из самых ярчайших, хотя и давних, примеров из

нашей практики. Мы организовывали пресс-конференцию на тему изменения меры пресечения двум женщинам, которые тогда находились в СИЗО, и разослали пресс-релиз о факте нарушений их прав.

В те же дни по всем каналам телевидения обсуждали Генерального прокурора РФ Юрия Скуратова и пленку, где «похожий на него человек» был запечатлен в компании барышень определенного поведения.

Наш пресс-релиз получил название: «Генпрокуратура бездействует, а женщины страдают». Он состоял из анонса пресс-конференции и текста, в котором были подробно описаны факты задержания женщин и условия содержания их в СИЗО.

Как только пресс-релиз получили в редакциях, у нас начал беспрерывно звонить телефон. Журналисты не дочитали до конца наш текст, в котором описывались проблемы двух женщин, – прочли только броское название. Они звонили и спрашивали: «А что, у вас есть какие-то еще интересные факты о Скуратове?» Мы честно отвечали: «Нет, ничего нового. Читайте дальше – в пресс-релизе все написано». Тем не менее, на пресс-конференцию собралось довольно много представителей СМИ.

При написании текста пресс-релиза не забывайте, что журналист занимается не только делами вашей организации, у него есть и другие темы. Поэтому постарайтесь быть лаконичными. Уже из первого абзаца любому читающему должна быть понятна суть происходящего. Конечно, написать коротко, ничего не упустив, – задача трудная.

Стремитесь излагать факты без лишних эмоций. Так как журналист не всегда проверяет информацию, никаких интригующих фраз в пресс-релизе быть не должно: только факты. В тексте желательно избегать малопонятных аббревиатур, терминов, ненужного наукообразия – пишите доступным языком, в стиле новостей.

Последняя часть пресс-релиза не обязательно должна быть констатирующей и завершающей. Случается, что журналиста надо

только подтолкнуть к проблеме, а дальше он сам захочет провести расследование и сделать большой материал. С другой стороны, подробное, законченное изложение очень удобно с той точки зрения, что журналисту остается просто перепечатать его с незначительными изменениями.

Редактирование материалов

Чтобы пресс-релиз или материал для печати, написанный вами, был правильным и юридически корректным, дайте почитать его черновой вариант вашим коллегам, знакомым журналистам.

Спросите себя, ясна ли тема пресс-релиза или анонса пресс-конференции? Подтверждается ли она изложенными фактами?

Убедитесь, что смысл понятен из первых абзацев.

При редактировании читайте вслух каждое предложение, в котором было сделано изменение, чтобы было видно, удачно ли оно и не вызывает ли новых вопросов.

Поясняйте жаргонные или профессиональные слова, по возможности избавляйтесь от них. Заменяйте длинные и сложные слова на короткие и ясные так, чтобы это не вредило точности выражения смысла.

Сокращайте пространные цитаты. Удаляйте или перефразируйте чересчур длинные цитаты: из-за них повествование бывает расплывчато, внимание читателя ослабевает.

Если вы почувствовали, что есть какое-то «юридически небезопасное» место, поговорите с юристом. Лучше сто раз поднять ложную тревогу, чем один раз «подставиться».

На что особенно следует обращать внимание при редактировании:

- *правописание,*
- *цифры и расчеты,*

Опыт работы информационного центра

- *местонахождение, адреса и географические названия,*
- *имена собственные и звания,*
- *ссылки,*
- *даты и время.*

В конце пресс-релиза обязательно проставляются номер телефона, имя и фамилия человека, который мог бы объяснить журналисту детали. Иногда удобнее указать домашний или мобильный номер, если телефон в офисе организации бесконечно занят. Главное, чтобы по приведенному телефонному номеру возможно было быстро дозвониться, а человек, взявший трубку, мог бы дать необходимые пояснения. После даты пресс-релиза можно проставить время, когда он рассылается, – это также ориентирует журналистов.

Для дополнительного привлечения внимания СМИ мы практикуем обзвон журналистов, которым адресуются пресс-релизы. Иногда не помешает позвонить не только конкретному автору, но и его руководителю (в таком случае надо направить пресс-релиз по его электронной почте). После этого сделать звонок, например, заместителю главного редактора и вежливо побеседовать с ним по теме пресс-релиза, а в завершение сказать: «Попросите своего секретаря, он Вам этот пресс-релиз передаст».

Конечно, такие вещи можно практиковать, когда ваша организация уже достаточное время работает с данным СМИ. Впрочем, эта ситуация – хороший повод познакомиться с журналистами. Обычно, когда организация изучит рынок своих СМИ, у каждого появляются собственные любимые приемы поддержания контактов. Главное – постараться стать помощником журналистам.

Готовя грамотные пресс-релизы, вы облегчаете работу журналиста. Старайтесь избежать рассылки повторяющихся, неинтересных, малозначимых пресс-релизов.

Храните все пресс-релизы в отдельной папке, чтобы отслеживать,

как пресса использует вашу информацию.

Образцы пресс-релиза

За гибель осужденных в Копейске сотрудники ГУФСИН получили от 4 до 12 лет

Челябинский областной суд по делу о смерти четверых и избиении еще восьмерых осужденных в колонии № 1 Копейска огласил обвинительный приговор сотрудникам областного ГУФСИН. Все подсудимые признаны виновными. Экс-глава ведомства Владимир Жидков приговорен к 5 годам лишения свободы условно.

Они приговорены к лишению свободы от 4 лет условно до 12 лет с отбыванием наказания в колонии строгого режима. Об этом в Межрегиональную правозащитную Ассоциацию «АГОРА» из зала суда сообщил юрист Игорь Шолохов, представляющий по инициативе правозащитников интересы четверых потерпевших. Также суд вынес два частных определения в адрес Генеральной прокуратуры России и главы ГУФСИН РФ Александра Реймера (о необходимости изменения системы рейтинговых показателей во ФСИН России).

После анализа исследованных доказательств судья Игорь Зубенко посчитал полностью доказанной вину 14 подсудимых в превышении должностных полномочий с применением насилия и специальных средств (часть 3 статьи 286 Уголовного кодекса России). Виновными в умышленном причинении тяжкого вреда здоровью, повлекшем по неосторожности смерть, признаны также 8 из этих 14 подсудимых: оперуполномоченный Пахтула Антуев (12 лет строгого режима), замначальника копейской колонии Евгений Городов (10 лет строгого режима), инспектор-дежурный Максим Токарев (10 лет строгого режима), младший инспектор Андрей Мальшаков (9 лет строгого режима), начальник оперативного отдела Денис Симаков (10 лет строгого режима), начальник отдела безопасности Александр Зырянов (10 лет строгого режима), сотрудники колонии Евгений Кондратюк (10 лет строгого режима) и Дмитрий Голоднов (10 лет строгого режима) (часть 4 статьи 111 УК РФ). В отношении младшего инспектора Рустама Гумерова (5 лет условно), замначальника ИК-1 Раиса Мухаметова (4 года условно), помощника оперативного дежурного колонии Александра Селютина (5 лет условно), младшего инспектора Сергея Орлова (5 лет условно), начальника Транзитно-пересылочного пункта Михаила Берловича (5 лет условно) и сотрудника колонии Александра Бирюкова (5 лет условно) суд не нашел доказательств, подтверждавших их вину непосредственно в гибели осужденных.

Опыт работы информационного центра

В отношении непризнания вины «исполнителями» преступления суд отнесся критически, поскольку посчитал это способом защиты, а ссылок на то, что на предварительном следствии к ним применялись недозволенные методы, не состоятельными. При этом суд подчеркнул, что умысла именно на убийство осужденных у подсудимых не было. Потерпевшие скончались не сразу, а через некоторое время после окончания причинения им насилия. Суд отметил, что доводы защиты о законности действий подсудимых не соответствуют обстоятельствам дела, поскольку их действия являются бесчеловечными и унижающими достоинство, сопровождалась раздеванием потерпевших, избиением, когда они находились в беспомощном состоянии, принуждением мыть туалет. Суд подчеркнул, что все это было мстью за то, что потерпевшие не выполнили незаконное распоряжение сотрудников колонии.

Судья Игорь Зубенко посчитал доказанной вину Зырянова, Симакова, Бирюкова, Голоднова и Гумерова в заведомо ложном доносе (часть 3 статьи 306 УК РФ). Действия Городова, Берловича, Кондратюка и Селютина суд квалифицировал как пособничество к ложному доносу, так как сами подсудимые не обращались с заявлением о преступлении.

Экс-начальник ГУФСИН РФ по Челябинской области Владимир Жидков, начальник управления безопасности ГУФСИН Евгений Афанасьев, начальник оперативного управления ведомства Андрей Шилин, а также начальник исправительной колонии № 1 Вадим Валеев судом признаны виновными в организации ложного доноса и злоупотреблении должностными полномочиями (часть 3 статьи 285, а также ст. 33 ст.306 УК РФ). Жидков, Афанасьев, Шилин и Валеев приговорены к 5 годам лишения свободы условно. Интересно, что суд оправдал Владимира Жидкова по статье «Служебный подлог» (статья 292 УК РФ), поскольку спецсообщение, которое высокопоставленные подсудимые направили в Москву о якобы нападении осужденных не было признано официальным документом. Также по этой статье был оправдан и начальник колонии.

31 мая 2008 года в помещении транзитно-пересылочного пункта (ТПП) сотрудники колонии избили 12 осужденных, прибывших для отбывания наказания. В результате от телесных повреждений четверо – 24-летний Сергей Поляев, 37-летний Анатолий Айваседа, 20-летний Вячеслав Сахабаев и 26-летний Евгений Мамуков – скончались.

Глава ГУФСИН России по Челябинской области Владимир Жидков, узнав о произошедшем в колонии, вместе с начальниками управления безопасности и оперативного управления ведомства Евгением Афанасьевым и Андреем Шилиным, а также с начальником ИК №1 Вадимом Валеевым попытался скрыть преступление.

Видео убитых осужденных – http://vkontakte.ru/video1792678_161310982

Правозащитная информация NON-Stop

Фото расположены здесь:

<http://www.openinform.ru/news/prison/10.02.2011/23090>;

<http://www.openinform.ru/news/prison/12.01.2011/22452>;

<http://www.openinform.ru/news/prison/15.12.2010/22130>;

<http://www.openinform.ru/news/prison/06.09.2010/20168>

*За дополнительной информацией обращаться
Игорь Шолохов (представляет интересы четверых потерпевших),
тел.: +7-906-892-02-07*

*Информация предоставлена Межрегиональной Ассоциацией
«АГОРА» (Казань)*

Дмитрий Колбасин, руководитель отдела информации

Тел.: (843) 537-89-00, 537-89-01, +7-917-398-12-47

E-mail: dkolbasin@yandex.ru

www.investigation.ru

ICQ: 284-050-201

27 мая 2011 года

Нижеследующая статья последовала после данного пресс-релиза.

Тюремщикам смягчили исполнение наказаний

Вынесен приговор по обвинению 18 сотрудников ФСИН в инсценировке бунта для сокрытия убийства заключенных

Вчера Челябинский облсуд вынес приговор по громкому уголовному делу 18 сотрудников регионального главного управления Федеральной службы исполнения наказаний (ГУФСИН), которым инкриминировалась инсценировка в мае 2008 года бунта в копейской колонии №1. По версии следствия, она понадобилась, чтобы скрыть убийства четырех заключенных охраной колонии. Несмотря на требования гособвинения, реальные сроки — от 9 до 12 лет колонии строгого режима — получили лишь непосредственные участники расправы. Остальные, включая экс-руководителя регионального ГУФСИН Владимира Жидкова, получили условный срок. Правозащитники удивлены гуманностью суда.

Опыт работы информационного центра

Уголовное преследование 18 сотрудников ГУФСИН по Челябинской области, среди которых бывшие глава ведомства Владимир Жидков и два его заместителя — Андрей Шилин и Евгений Афанасьев, а также начальник копейской колонии N1 Вадим Валеев, началось летом 2008 года. Предполагалось, что по их распоряжению были инсценированы массовые беспорядки в копейской колонии N1 для того, чтобы скрыть факт убийства надзирателями колонии четырех заключенных. По версии следствия, в мае 2008 года сотрудники пенитенциарного учреждения издевались и избивали нескольких заключенных, четверо из которых — Сергей Поляев, Евгений Мамуков, Вячеслав Сахабаев и Анатолий Айвасед — погибли. Экс-руководителям ГУФСИН и начальнику колонии было предъявлено обвинение по ст. 285 УК РФ ("Злоупотребление должностными полномочиями"), ст. 316 УК РФ ("Укрывательство преступлений") и ст. 292 УК РФ ("Служебный подлог"). Сотрудникам колонии, издевавшимся над заключенными, были инкриминированы убийство (ст. 105 УК РФ), служебный подлог (ст. 292 УК РФ) и ложный донос (ст. 306 УК РФ).

Чтение приговора (состоял из 460 страниц) в Челябинском областном суде заняло пять дней. Вчера была оглашена резолютивная часть решения и назначены сроки всем 18 подсудимым, которые были признаны виновными. Между тем суд посчитал некоторые обвинения "излишне вмененными". Как говорится в решении, обвинение сотрудников колонии, издевавшихся над заключенными, было перевалифицировано со ст. 105 УК РФ ("Убийство") на более легкую ст. 111 УК РФ ("Причинение тяжкого вреда здоровью, повлекшего смерть заключенного"). А в действиях экс-руководства ГУФСИН суд не усмотрел служебного подлога и укрывательства особо тяжкого преступления.

Несмотря на то что во время прений гособвинение просило для всех обвиняемых реальные сроки заключения (от 5 до 23 лет), их получили лишь непосредственные участники расправы с эзками. Так, восьми инспекторам копейской колонии были назначены наказания на сроки от 9 до 12 лет в колониях строгого режима. Еще шестеро сотрудников

колонии, которые наблюдали за издевательствами, получили по пять лет условно с лишением должностей. Экс-руководитель ГУФСИН по Челябинской области Владимир Жидков также был осужден на пять лет лишения свободы условно с испытательным сроком три года. К аналогичному наказанию приговорены и его бывшие заместители Евгений Афанасьев и Андрей Шилин, а также начальник колонии Вадим Валеев. Также всех их лишили права занимать должности в системе ФСИН в течение двух лет. При этом Владимир Жидков сохранил звание генерал-лейтенанта. Как пояснили в суде, решение по этому вопросу находится в компетенции ФСИН России.

Многие обвиненные восприняли приговор с радостью. Некоторые из тех, кто получил условные сроки, начали обнимать друг друга. Они кричали своим коллегам, на которых надевали наручники: "Держитесь, мы с вами". Владимир Жидков вместе со своим адвокатом быстро покинули здание суда, отказавшись общаться с прессой.

Между тем вчера суд также вынес частное определение в адрес генпрокурора РФ Юрия Чайки, чтобы тот обратил внимание на работу своего заместителя в Уральском федеральном округе Юрия Золотова. "Суд считает, что статус дела был искусственно завышен для того, чтобы подсудность по делу была у областного суда. Так, в деле не было оснований предъявлять подсудимым обвинение в убийстве, так как у них не было на это мотива, который так и не был доказан в процессе", — отметил судья. Также суд вынес частное определение и главе ФСИН России Александру Реймеру, которому предложил пересмотреть систему поощрений региональных ГУФСИН по признаку количества заключенных, вступивших в секцию дисциплины и порядка.

Тем временем представители потерпевших уже заявили, что намерены обжаловать приговор. "Я был удивлен такой гуманностью. Как показывает практика, условное наказание не производит никакого воспитательного эффекта на других сотрудников колоний. Мы намерены обжаловать решение суда в части назначения наказания", — пояснил "Ъ" представитель потерпевших, сотрудник правозащитной организации

"Агора" Игорь Шолохов. Представители прокуратуры вчера были более сдержаны в комментариях. "Решение об обжаловании будет принято после ознакомления с приговором. Главное, что суд признал бесчеловечное отношение сотрудников колонии к заключенным", — отметила старший помощник прокурора Челябинской области Оксана Моржеухова.

*Игорь Лесовских, Екатеринбург
Газета «Коммерсант» от 28.05.11*

Еще один пример пресс-релиза и публикации по теме пресс-релиза на сайте Грани.ру..

Спасите Дашкевича!

Актер Михаил Ефремов подписал открытку для Дмитрия Дашкевича, непреклонного лидера белорусского «Молодого Фронта», уже более 10 месяцев находящегося в тюрьме. Михаил пожелал Дмитрию свободы, здоровья и любви, а также выразил поддержку всем белорусам, находящимся в заключении по политическим причинам. Видеообращение Ефремова можно посмотреть здесь: <http://www.youtube.com/watch?v=unhKJVsUBIw>

За день до президентских выборов Дмитрия похитили неизвестные. Позже он был обнаружен в тюрьме, где ему предъявили обвинение в хулиганстве (якобы Дима напал на случайных прохожих). Суд, на котором «потерпевшие» даже не показались, приговорил Дмитрия к двум годам заключения. Для отбывания наказания он был этапирован в колонию в Горках.

Там в отношении Дмитрия применялись пытки (<http://grani.ru/blogs/free/entries/191435.html>). Фактически всё время пребывания в Горках он провел в штрафном изоляторе (ШИЗО). Это значит, что температура в его камере близка к нулю, все вещи (в том числе и личную одежду) забирают, а единственную мебель – кровать – днем пристегивают к стене. Из-за холода нельзя спать, нельзя сидеть, нельзя читать. И так несколько месяцев. На протяжении долгого времени к Дмитрию не пускали адвоката. Когда защитник всё-таки смог пробиться в колонию, Дима рассказал ему о нечеловеческих условиях и заявил, что объявляет голодовку, требуя всего двух вещей: ночью накрываться одеялом (его тоже отобрали) и читать Библию.

После predания этой информации огласке с Настей Положанко, невестой Дмитрия, связались представители прокуратуры и уверили,

что все проблемы будут решены в кратчайшие сроки.

Произошло ровно наоборот. Через несколько дней, 19 сентября, сама Настя попала в тюрьму на 11 суток (до сих пор мы точно не знаем, за что именно, так как телефоны были отобраны, в адвокате отказано), и в этот же день Дмитрий написал страшное письмо (<http://grani.ru/blogs/free/entries/191777.html>) . Выдержки: «К лучшему измениться ситуация в Горках не захотела. Совсем наоборот. Сказать, что изменилась она к худшему, – не сказать ничего... наверное, уже и не выберусь... [...] Чудесный город, чудесное здание, чудесные комнатки. Спал за 2 суток 1,5 часа и ел 0,5 раза...».

Ирина Халип, на прошедшей 28 сентября на пресс-конференции (<http://euroradio.fm/ru/report/khalip-situatsiya-kriticheskaya-sannikov-i-dashkevich-mogut-ne-vyiti-60007>) передала слова мужа, экс-кандидата в президенты Андрея Санникова. Он видел Дашкевича в камере во время того, как их обоих этапировали: «Андрей сказал, что Дашкевич чудовищно выглядит... очень худой... это его мессидж: Спасите Дашкевича любыми путями, вплоть до написания прошений о помиловании всем белорусским народом. Иначе он не выживет».

Сейчас Дима находится в колонии г. Глубокое. Благодаря Санникову, которого самого подвергают страшному давлению, мы узнали, что Дашкевичу постоянно угрожают избиениями и даже убийством. Количество провокаций против него возросло в разы: в них участвуют как сотрудники колоний и тюрем, так и работающие на них заключенные (так называемые «суки»).

Очевидно, предпринимается попытка уничтожить Дмитрия если не физически, то психически. Нужно спасти его. Каждый из нас может попытаться изменить судьбу Димы.

Что можно сделать:

Напишите письмо в Департамент Исполнения Наказаний (ДИН) Республики Беларусь.

Напомните им, что все незаконные действия в отношении заключенных – это ответственность государства (независимо от того, чьими руками это делается: администрации или заключенных). Пусть не думают, что совершая преступления руками «сук» они смогут избежать ответственности.

Адрес ДИН: 220006, г. Минск, ул. Аранская, 1 Республика Беларусь. Телефон: +375-17-218-7772 Напишите Диме письмо или телеграмму со словами поддержки. Это ему сейчас очень, очень нужно. Ему очень важно сейчас помнить, что он не один.

Адрес: Исправительная колония № 13, 211791, Витебская область, г. Глубокое, ул. Советская, 205 Дашкевичу Дмитрию Вячеславовичу (гражданам Беларуси можно послать телеграмму, позвонив на короткий номер 166).

Опыт работы информационного центра

За дополнительной информацией обращаться:
Тел.: +375-29-554-3459 (Минск), +7-905-550-8415 (Москва)
repression.by@gmail.com

Информация предоставлена Информационной службой
Молодежного правозащитного движения в Москве
Тел: 8-916-540-8416
e-mail: *anna.zherdeva@gmail.com*
29 сентября 2011 года

Спасите Дашкевича!

Актер Михаил Ефремов подписал открытку для Дмитрия Дашкевича, непреклонного лидера белорусского «Молодого фронта», уже более 10 месяцев находящегося в тюрьме. Михаил пожелал Дмитрию свободы, здоровья и любви, а также выразил поддержку всем белорусам, находящимся в заключении по политическим причинам (ВИДЕО).

За день до президентских выборов Дмитрия похитили неизвестные. Позже он был обнаружен в тюрьме, где ему предъявили обвинение в хулиганстве (якобы Дима напал на случайных прохожих). Суд, на котором «потерпевшие» даже не показались, приговорил Дмитрия к двум годам заключения. Для отбывания наказания он был этапирован в колонию в Горках.

Там начались основные пытки. Я уже писал раньше об этом, вкратце: фактически все это время Дмитрий провел в штрафном изоляторе. ШИЗО - это когда температура в камере близка к нулю, все вещи (в том числе личную одежду) забирают, а единственную мебель - койку - пристегивают на день к стене. Из-за холода нельзя спать, нельзя сидеть, нельзя читать. И так несколько месяцев. На протяжении долгого времени к Дмитрию не пускали адвоката. Когда защитник все-таки смог пробиться в колонию, Дима рассказал ему о нечеловеческих условиях и заявил, что объявляет голодовку, требуя всего двух вещей: чтобы ему позволили ночью накрываться одеялом (одеяло тоже отобрали) и читать Библию.

Когда это стало известно, прокуратура связалась с Настей Положанко, невестой Дмитрия, и сообщила, что все проблемы будут решены в кратчайшие сроки.

Однако получилось наоборот. Через несколько дней, 19 сентября, сама Настя попала в тюрьму на 11 суток (до сих пор мы точно не знаем, за что именно, так как телефоны были отобраны, а в адвокате было отказано), и в этот же день Дмитрий написал страшное письмо. Выдержки: «К лучшему измениться ситуация в Горках не захотела. Совсем наоборот. Сказать, что изменилась она к худшему, - не сказать ничего... наверное, уже и

Правозащитная информация NON-Stop

не выберусь... Чудесный город, чудесное здание, чудесные комнатки. Спал за 2 суток 1,5 часа и ел 0,5 раза...»

28 сентября прошла пресс-конференция, на которой Ирина Халип передала слова своего мужа, кандидата в президенты Андрея Санникова. Андрей увидел Дашкевича в камере, когда их обоих этапировали:

«Андрей сказал, что Дашкевич чудовищно выглядит... очень худой... это его месседж: "Спасите Дашкевича любыми путями, вплоть до написания прошений о помиловании всем белорусским народом. Иначе он не выживет"».

Сейчас Дима находится в колонии города Глубокое. Благодаря Санникову, которого самого подвергают страшному давлению, мы узнали, что Дашкевичу постоянно угрожают избиениями и даже убийством. Количество провокаций против него возросло; в них участвуют как сотрудники колоний и тюрем, так и работающие на них заключенные (так называемые «суки»).

Очевидно, предпринимается попытка уничтожить Дмитрия если не физически, то психически.

Нужно спасти его. Каждый из нас может попытаться изменить судьбу Димы.

Что можно сделать:

Напишите письмо в Департамент исполнения наказаний Республики Беларусь. Напомните им, что все незаконные действия в отношении заключенных - это ответственность государства (независимо от того, чьими руками это делается: самой администрации или заключенных). Пусть не думают, что, совершая преступления руками сук, они смогут избежать ответственности.

Адрес ДИН: 220006, г. Минск, ул. Аранская, 1 Республика Беларусь

Напишите Диме письмо или телеграмму со словами поддержки. Это ему сейчас очень, очень нужно. Ему очень важно сейчас помнить, что он не один.

Адрес: Исправительная колония N13 211791, Витебская область, г. Глубокое, ул. Советская, 205, Дашкевичу Дмитрию Вячеславовичу (гражданам Беларуси можно послать телеграмму на короткий номер 166)

Если вы верующий - молитесь за Диму! Мы, христиане, хорошо знаем силу молитвенной поддержки. Наши жизни в руках Бога. И если Он поставит свою защиту, ни одного волоса с головы не упадет, как бы враг ни старался.

Дополнительная информация: +375-29-554-3459 (Минск), +7-905-550-8415 (Москва), repression.by@gmail.com

Андрей Ким

29 сентября 2011 Грани.py

<http://www.grani.ru/blogs/free/entries/191851.html>

Организация и проведение пресс-конференций

Пресс-конференция – прекрасный способ взаимодействия с журналистами и очень удачное средство для освещения определенных тем и передачи важной информации в СМИ. На пресс-конференции правозащитники встречаются лицом к лицу с журналистами, и последние могут задавать любые вопросы.

Пресс-конференции надо устраивать в том случае, когда имеется действительно достойная и значимая информация для сообщения журналистам. Однажды или дважды побывав на мероприятии, собранном по пустячному поводу, журналисты перестанут ходить к вам. Естественно, важное значение имеет и то, как организована, подготовлена и проведена пресс-конференция.

При подготовке пресс-конференции нужно учитывать следующие правила:

- Грамотно подобрать время и место пресс-конференции;
- Подготовить анонс пресс-конференции;
- Обдумать последовательность выступлений на пресс-конференции ее участников;
- Приготовить материалы для раздачи журналистам;
- Продумать сценарий и оставить достаточно времени на вопросы;
- Максимально эффективно использовать пресс-конференцию для PR организации.

Далее мы рассмотрим каждое из правил подробнее.

Выбор времени и места

Учитывайте, в какой день недели вы созываете пресс-конференцию. Так, понедельник и пятница – не очень удобные дни, по крайней мере, в Москве. Наша практика показывает, что в пятницу приближаются выходные и журналисты уже «отписались», а в понедельник многие печатные СМИ не выходят или проводят планерки.

Изучив СМИ и пообщавшись с журналистами, вы узнаете, какие дни недели неудобны для них в вашем городе. Заодно стоит выяснить и временной период, наиболее благоприятный для проведения пресс-конференции.

Как правило, это отрезок с 11.00 до 13.00, что объясняется просто. У телевизионщиков бывают дневные новостные передачи и вечерние новости, так что, проводя мероприятие до полудня или сразу после, вы оставляете им время сделать сюжет. В ежедневных изданиях номер сдается во второй половине дня, так что, уйдя от вас в 14.00, журналист еще успеет сделать материал.

Желательно, чтобы место пресс-конференции было известно журналистам.

В анонсах пресс-конференции подробно опишите местоположение помещения, где проходит пресс-конференция, укажите не только точный адрес, но и станцию метро или название остановки наземного транспорта и т.д. Сделайте всё, чтобы журналисты беспрепятственно и быстро нашли нужное место.

Зал для пресс-конференции также следует специальным образом подготовить. Если вы ожидаете телевидение, проверьте наличие в зале электрических розеток – для камер нередко нужен источник питания. Освещение зала должно быть достаточным, чтобы можно было вести съемку. Предусмотрите удобные и легкодоступные места для журналистов (отдельно от стола, за которым сидят выступающие).

Относитесь к журналистам, как к своим гостям. Если мероприятие

проходит зимой, постарайтесь обеспечить чай и кофе, если время жаркое – принесите воду, поставьте вентилятор или включите кондиционер.

Кстати, можно устраивать пресс-фуршеты. Кроме чая, кофе или воды подаются легкие закуски, а иногда и легкое спиртное. Такие встречи с журналистами, как правило, нравятся им, и они с удовольствием приходят.

Анонсирование пресс-конференции

Как минимум за два дня до пресс-конференции должен быть распространен ее анонс.

Анонс пресс-конференции – это сообщение, содержащее дату, время и адрес места проведения мероприятия, а также тему пресс-конференции, имена и должности ее участников. В анонс можно включить и название организации, которая инициировала пресс-конференцию.

Если вам известны все детали, можно анонсировать мероприятие дважды: сначала за неделю, а потом за два дня до даты пресс-конференции.

Мы обычно поступаем так: если пресс-конференция пройдет в среду, то информация о ней распространяется в понедельник. Во вторник мы целый день рассылаем анонс, звоним журналистам и приглашаем их на пресс-конференцию.

Бывают случаи, когда звать на пресс-конференцию нужно заблаговременно – за неделю и больше (например, когда за несколько дней нужно подать списки на проходную в том здании, где пройдет пресс-конференция).

Все эти детали вам потребуется уточнять для себя каждый раз, когда вы будете собирать журналистов. Если вы планируете пресс-конференцию за неделю или больше, у вас есть хороший шанс также разместить свое приглашение в «недельных анонсах», которые

составляются в информационных агентствах.

Анонс пресс-конференции дается вместе с описанием информационного повода. Это дополнительный «крючок» для журналистов.

Пример анонса пресс-конференции

«Выселены на улицу руководством гостиницы «Южная» в городе Москве»

9 июня 2011 года в 14.30 в Независимом пресс-центре по адресу: ул. Пречистенка, дом 17/9, первый этаж, рядом с музеем Л. Толстого, вход с Барыковского переулка, в арку после подъезда 2, во дворе налево по лестнице перед парикмахерской (проезд метро «Кропоткинская») состоится пресс-конференция на тему: «Выселены на улицу руководством гостиницы «Южная» в городе Москве»

В пресс-конференции принимают участие:

Маяков Андрей Владимирович, заместитель председателя Комитета за гражданские права;

Габисов Валерий Георгиевич, президент Ассоциации гуманизации правоприменительных органов;

Макаэлянц Анаида Арутюновна, проживающая в гостинице «Южная» беженка из г. Баку;

беженцы из г. Баку, проживающие в гостинице «Южная» в г. Москве.

Приглашены: Алексеева Людмила Михайловна, председатель Московской Хельсинской группы, представители прокуратуры и правительства г. Москвы.

Информация предоставлена Независимым Пресс-центром

Тел. 232-28-91, 637-31-26

E-mail: yakovlevapress@yandex.ru

yakovleva@infolegal.ru

6 июня 2011 года

После пресс-конференции последовало несколько публикаций. Вот одна из них.

Беженцам объявлен расчетный час *В старых московских гостиницах постояльцы живут десятилетиями*

В старой советской гостинице «Южная» временно живут старые советские бабушки. «Временно» длится с развала Советского Союза, то есть больше 20 лет. Они попали в столицу, спасаясь от армянских погромов в Баку. Национальный конфликт затянулся, Советский Союз распался, а беженцы, которые теперь и не азербайджанцы, и не армяне, и не москвичи, не знают, куда податься. Потому что владельцы старой гостиницы в какой-то момент захотели превратить свое владение в новое и современное. И беженцы, проживающие там, никак не вписываются в новый облик. Ну а государство, которое в течение всего этого времени обещало помочь, фактически не имеет никаких обязательств.

Гостиница «Южная» расположена между станциями метро «Университет» и «Новые Черемушки». Это, конечно, не самый центр Москвы, но для недорогого трехзвездочного отеля место хорошее.

Сейчас на гостинице нет никаких опознавательных знаков. Она выглядит как обычный многоквартирный дом советской планировки – старый, обшарпанный.

Внутри здания пусто. Интерьер тоже не менялся еще с советских времен, хотя он не производит тягостного впечатления. Напротив, просторный зал для регистрации гостей с невысокими, отделанными под стекло потолками, люстры – по одной на квадратный метр потолка – все это напоминает какой-то заброшенный зал, где проводились балы.

Но стойка регистрации пуста, клиенты не сдают документы, не сидят на диванах вдоль стен. В просторном холле только охранник.

В гостинице живут люди, но это не туристы, которые приехали в Москву на несколько дней. Гости из Баку проживают в «Южной» уже 21 год.

Людмила Аркадьевна Степанян и тысячи таких, как она, стали жертвами национального конфликта в Баку в 1990 году. «В течение нескольких дней нас вывозили из города на паромках в Красноводск. Оттуда все беженцы разъезжались кто куда – к родственникам, друзьям. У нашей семьи никого не было, и нас привезли в Москву, – рассказывает Степанян. – Все думали, что приехали на несколько месяцев – переждать волнения в Азербайджане, конечно, никто не предполагал, что через 21 год мы так же будем жить в старой московской гостинице».

Сначала всех беженцев поселили в постпредстве Армении. «Люди спали где попало, журналисты приезжали снимать, как ветераны войны с орденами спят на полу. Так разваливался Советский Союз». Степанян рассказывает, что они тогда писали многочисленные просьбы – и к министру обороны, и к президенту. В итоге всех беженцев расселили, по московским гостиницам – как думали, на время.

Гостиница «Южная» была муниципальной до 1994 года. Потом государство продало ее частному собственнику – с обременением. «То есть с нами, с живыми людьми, – говорит Степанян. – С тех пор нас разными способами пытаются выселить отсюда». С 94-го года в гостинице «Южная» сменилось несколько собственников. Степанян и ее товарищи по несчастью прошли через несколько судов – суды встали на их сторону и посчитали невозможным выселить людей без предоставления им другого жилья. Некоторые из владельцев пытались, впрочем, игнорировать решение суда.

«В 2006 году под Новый год мы 16 дней простояли на улице в тридцатиградусный мороз – нас просто не пускали внутрь. После того как мы перекрыли трассу рядом с Московской прокуратурой, с собственником удалось найти общий язык», – рассказывает беженка.

В 2007 году ситуация снова изменилась. Гостиницу выкупила компания «Гута-групп». Инвестор повел себя нетипично – то есть прекратил преследование людей, предложил им деньги, 45 тыс. долл., для того чтобы найти жилье в Москве. «Этого не хватит даже на покупку комнаты в столице, но те, кто был помоложе и попредприимчивее, где-то нашли деньги – из запасов на черный день или заняли – и смогли купить какое-то жилье, – говорит Степанян. – Нас осталось здесь 12 человек, мы занимаем 10 комнат – нам неоткуда взять денег, чтобы добавить на покупку жилья».

Инвестор не отчаялся и сделал им новое предложение – переехать жить в город Фурманов в Ивановской области. Он купил вместо каждой комнаты, занятой в гостинице, квартиру. Суд признал, что теперь беженцы должны освободить московскую жилплощадь.

«Мы 20 лет живем в Москве, у нас здесь друзья, родственники, у многих здесь могилы родных людей. Куда мы теперь поедем? – расстраивается Степанян. – Нет, мы говорим представителю компании: дайте нам 2 миллиона рублей, мы сможем купить какую-нибудь комнату в Москве – и тут же уедем, не будем вам мешать».

Во время нашего разговора у Степанян зазвонил телефон, она солидно, но доброжелательно поговорила со звонившим минут пять, договорилась о встрече. Выяснилось, что это звонит собственник гостиницы. «То есть он не угрожает вам, не пугает?» – уточняю я. «Нет, что вы, деточка. Такой вежливый, такой галантный мужчина – (это инвестор-то - НГ). – Только вот решение суда все равно невыполнимо. Нельзя так – вот вам квартира в Иванове, а если я ее брать не

соглашаюсь – то уезжайте отсюда».

Представители «Гута-групп» отказались дать комментарий «НГ».

По данным члена Совета по правам человека при президенте России, председателя центра «Гражданское содействие» Светланы Ганнушкиной, в Москве на таком же положении находятся сейчас менее тысячи человек. «В 90-е годы в Москву приехало в целом около 40 тысяч армянских беженцев. Большая часть распределилась по стране, в столице тогда осталось около 5 тысяч человек, которых и поселили в разных муниципальных гостиницах. Власти думали, что конфликт рассосется через несколько месяцев, – отмечает правозащитница. – Если бы всех беженцев сразу равномерно распределили по стране, выдали бы им квартиры, тогда они готовы были хоть на край земли ехать. А куда теперь поедут эти несчастные старухи? Они уже москвички».

Сейчас есть решение суда о выселении трех жительниц гостиницы «Южная». Но владельцы смогли выдворить только одну, она сейчас ночует в ночлежках, остальные спрятались в этом большом здании гостиницы и теперь живут у соседок. Они не могут спуститься на первый этаж – только подойдут к порогу, как их вытолкнут из помещения, и вернуться будет нельзя.

Еще по четырем случаям ведется судебное производство, и беженки уверены, что выиграют суд. В течение 20 лет разные представители государства обещали выдать им квартиры бесплатно. Большая часть их знакомых беженцев из Баку уже расселена по Москве, конечно, им трудно поверить, что из этой советской гостиницы советских людей выселят по новым капиталистическим правилам.

Олеся Шмагун

10.06.2011 Независимая Газета

И еще один анонс мероприятия и публикация по этому поводу на сайте радиостанции «Свобода».

Международный фестиваль «Профессия – журналист»

С 17 по 22 октября 2011 года в Центральном Доме журналиста по адресу: Никитский бульвар д. 8А (проезд м. «Арбатская») будет проходить Третий Международный фестиваль «Профессия – журналист».

В фестивале участвуют профессиональные кинематографисты и журналисты, штатные и внештатные сотрудники федеральных и региональных телеканалов, выпустившие в телеэфир материалы в 2010 – 2011 годах.

Правозащитная информация NON-Stop

Президент фестиваля – Всеволод Богданов, председатель Союза журналистов России.

Жюри фестиваля:

Председатель – Алексей Симонов, кинорежиссер, президент Фонда защиты гласности.

Члены жюри: Сергей Говорухин – писатель, кинорежиссер; Галина Долматовская – кинорежиссер, писатель; Этери Левиева – генеральный продюсер ЗАО «Совершенно Секретно – Телеком»; Александр Политковский – тележурналист; Николай Сванидзе – политический обозреватель телеканала «Россия»; Константин Смирнов – режиссер-постановщик, лауреат фестиваля «Профессия – журналист» 2009 г.

Организаторы: Союз журналистов России, Гильдия кинорежиссеров России и Центральный Дом журналиста при поддержке Посольства Королевства Нидерландов в Российской Федерации.

Главная цель фестиваля – повысить престиж профессии, привлечь внимание к проблемам современной журналистики, отметить и поощрить создателей произведений о журналистах и различных аспектах профессии.

В программе фестиваля: конкурс игровых, документальных, телевизионных фильмов, телепередач, сюжетов о журналистах и различных проблемах этой профессии, международная панорама фильмов, дискуссии с известными отечественными журналистами.

18.00 – Открытие новой фотовыставки: «Они снимали за Родину. Военные корреспонденты с мест событий».

19.00 – Церемония открытия фестиваля. На открытии конкурсной программы будет показан фильм «Юрий Щекочихин. Однажды я был...». Лента «Однажды я был» – это биография журналиста, писателя, политического деятеля, который посвятил свою жизнь борьбе за справедливость, – Юрия Щекочихина. Это картина об одном из самых ярких российских журналистов, ушедших из жизни на пике славы. Щекочихин оставил после себя нераскрытую тайну: очень много неясного и в его смерти, и в его статьях, которые вызывали в обществе взрывы общественного мнения и стимулировали перемены. Но главная загадка Щекочихина – в его удивительной любви к людям, к миру и жизни. Авторы фильма: режиссер Евгения Головня и сценарист Надежда Ажгихина.

Международная программа откроется фильмом «Наша газета», режиссера Э. Флипсе (Нидерланды). Голландский режиссер фиксирует жизнь провинциальной российской районной газеты глазами не стороннего наблюдателя, а доброжелательного коллеги-профессионала.

Всего в программах фестиваля представлено 45 работ, из них 28 – в конкурсе, 8 – в международной панораме. Они объединены в различные тематические программы: «Судьба журналиста»,

Опыт работы информационного центра

«Журналисты в «горячих точках», «Летопись современной журналистики», «Фронтовая журналистика», «Галерея памяти», «По страницам истории журналистики».

21 октября в рамках фестиваля пройдет Мастер-класс члена жюри фестиваля, кинорежиссера, журналиста и писателя Сергея Говорухина, который поделится огромным опытом работы в экстремальных условиях и ответит на вопросы коллег.

В дни фестиваля в фойе Дома журналиста будут проходить выставки: «Они снимали за Родину. Военные корреспонденты с мест событий» и «Не стреляйте в журналиста! Галерея памяти погибших журналистов».

На все фестивальные показы и мероприятия вход бесплатный

Программа фильмов и каталог фестиваля: www.journfest.ru, www.domjour.ru, www.arbatkino.ru

Программу фестиваля см. в приложении.

Приглашаем аккредитоваться представителей СМИ для освещения работы фестиваля

Пригласительные билеты в кассе Центрального Дома журналиста (Никитский бульвар, 8А). Справки по телефонам: 691 56 98/ 222 10 60

*Информация предоставлена Пресс-службой Союза журналистов
России*

Тел.: (495) 697-20-86; 8(495) 637-5284

E-mail petr@ruj.ru

14 октября 2011 года

Не стреляйте в журналистов

В Москве открылся III международный кинофестиваль "Профессия журналист". В первый день зрители увидели документальный фильм о журналисте Юрии Щечкохихине и голландскую картину "Наша газета" – о работе средств массовой информации в российской провинции.

Концертный зал Центрального дома журналистов вечером 17 октября был полон. Председатель Союза журналистов России Всеволод Богданов подчеркнул, открывая фестиваль, что главная его задача – привлечь внимание людей к проблемам современной журналистики. Один из членов жюри, президент фонда "Гласность" Алексей Симонов сказал, что каждый видит цель фестиваля по-своему:

– Для кого-то это возможность показать и посмотреть фильмы, для кого-то – популяризировать журналистику. Для меня же это возможность напомнить человечеству, что преступления против

журналистов происходят постоянно, но за них никто не несёт ответственности...

На суд жюри представлено 27 работ разных жанров. Это художественные фильмы, серии репортажей, интервью с известными журналистами – Светланой Сорокиной и Леонидом Парфёновым, документальные фильмы – например, картина "Последняя командировка", посвященная работе погибших в Югославии российских журналистов Виктора Ногина и Геннадия Куренного. Алексей Симонов подчеркнул, что оценивать работы будет непросто:

– Фестиваль пока ищет своё лицо, поэтому возникают довольно серьёзные проблемы. Документальные фильмы – это одно, телевизионные интервью – другое, шоу – третье. Есть ещё и игровая картина... Жюри предстоит сидеть и думать, как эти работы сравнивать...

Фестиваль открылся фильмом "Юрий Щекочихин. Однажды я был...". Это биографическая зарисовка об известном журналисте и политическом деятеле. Режиссёр фильма Евгения Головня, которая в конце 80-х работала вместе со Щекочихиным над картиной "Лимита, или четвёртый сон", рассказала Радио Свобода, почему она решила снять этот документальный фильм:

– Меня со Щекочихиным связывало близкое товарищество. Он был необычным человеком, сочетал в себе сильнейшую харизму, детскую наивность и очень жёсткую позицию по отношению к несправедливости в мире. К сожалению, когда он ушел из жизни, меня не было в Москве и я чувствовала долг перед его памятью. Когда я копнула, материала оказалось очень много, потому что он был человеком широких интересов, у него была масса друзей. Это фильм-портрет. Цель была – чтобы люди увидели живого Щекочихина, его харизму, его обаяние, – говорит Евгения Головня.

Помимо российских фильмов, в программе фестиваля "Профессия журналист" есть и иностранные проекты. В первый день работы кинофорума зрители увидели картину "Наша газета" голландского режиссёра Элины Флипсе. Об этом фильме говорит Виктория Белопольская, куратор международной программы фестиваля:

– Элина Флипсе работала в России, интересовалась русской культурой и в результате оказалась просто околдована нашей жизнью. Это картина о человеке, который называет себя деревенским репортёром. Ему предоставлена полная свобода слова: он пишет о ферме, о докторше, которая на велосипеде в мороз ездит к своим пациентам, о ежедневной жизни. И этот фильм рассказывает о России, может, даже больше, чем журналистика

Всего в рамках фестиваля зрители смогут увидеть 45 фильмов.

В Домжуре также открылись две фотовыставки: первая – "Они снимали за родину" – о работе военных корреспондентов, вторая – под

Опыт работы информационного центра

названием "Не стреляйте в журналистов", посвящённая памяти погибших сотрудников средств массовой информации.

Фестиваль завершится 22 октября премьерой моноспектакля "Русский репортёр". Вход на все фестивальные показы свободный.

Наталья Джанполодова

18.10.2011 Радио Свобода

<http://www.svobodanews.ru/content/article/24363258.html>

В анонсе пресс-конференции можно указать условия аккредитации – предварительной регистрации журналистов на мероприятие. Например, до 18.00 дня накануне даты проведения пресс-конференции. Аккредитация поможет вам заранее узнать (по крайней мере, на 50%), сколько журналистов собирается прийти на пресс-конференцию, и вы сможете зафиксировать их координаты.

За 15-20 минут до начала пресс-конференции около входа в зал или в каком-то удобном видном месте нужно расположить сотрудника, который займется регистрацией журналистов и будет выдавать подготовленные материалы. Для этого необходимы регистрационные листы, где отмечается название СМИ, фамилия и имя журналиста, адрес его электронной почты, телефон и факс редакции. Благодаря этим листам ваш список журналистов будет постоянно пополняться и обновляться. Если вы до этого объявляли аккредитацию, часть данных уже будет у вас на руках.

Человека, который будет вести регистрацию, следует предупредить, что журналисты часто опаздывают и что все пришедшие (даже если это не только представители СМИ) должны быть зарегистрированы и получить материалы, подготовленные для раздачи журналистам.

Выступления на пресс-конференции

Оптимальное число участников пресс-конференции – не больше четырех. Конечно, у вас может быть много прекрасных выступающих. Но руководствоваться следует, прежде всего, принципом целесообразности: пресс-конференция – особый жанр, и длинные доклады здесь неуместны.

Представьте себе, если каждый из участников пресс-конференции (если, например, их пять) станет говорить 10 минут, то они израсходуют все отпущенное для пресс-конференции время. Обычно пресс-конференция проходит один час. И журналисты не успеют задать ни одного вопроса. Так что длительность одного выступления участников пресс-конференции должна быть от 5 до 7 минут.

Если участники пресс-конференции будут говорить очень долго, вы сразу же сможете убедиться в правоте утверждения о числе выступающих и времени их выступления: журналисты сначала начнут ерзать, а потом встанут и уйдут.

Чтобы пресс-конференция не напоминала монолог эксперта, выступающего с докладом, всем, кто готовит мероприятие, предстоит серьезно поработать. Выступления не должны повторять друг друга. Выступающие должны говорить емко и понятно. Не стоит «жонглировать» фактами – пришедшие журналисты могут быть не в теме и упустить из виду самое важное. Достаточно двух-трех интересных и колоритных историй, характеризующих тему пресс-конференции и подтверждающих выдвигаемые тезисы.

Для удобства журналистов перед каждым участником пресс-конференции необходимо поставить таблички – написать имя, отчество, фамилию и должность. Записывая на слух, журналисты часто допускают ошибки именно в этих важных деталях.

Если вам удастся заинтересовать журналистов, они останутся после пресс-конференции и возьмут отдельные интервью у участников.

Материалы, подготовленные для раздачи журналистам

К пресс-конференции хорошо подготовить так называемый «пресс-пакет». Он обычно состоит из анонса пресс-конференции (где написаны название пресс-конференции, ФИО и должности выступающих) или пресс-релиза (раскрывающего тему пресс-конференции), а также любых других материалов, которые вы хотели бы передать журналистам.

В этих материалах желательно указать ФИО и должности лиц, упоминаемых на пресс-конференции. Например, не майор Иванов, а майор определенного отделения милиции, определенного города Иванов Иван Иванович и т.д.

В папку пресс-пакета можно поместить книгу или свежее издание правозащитной организации, любые статистические данные, доклад на определенную тему, фотографии и пр. Пресс-пакет не следует делать слишком большим, но его объем никак не лимитируется.

Все эти материалы помогут журналисту глубже вникнуть в суть обсуждаемого вопроса, увидеть те проблемы, о которых в зале не было рассказано, познакомиться с вашей организацией.

Как правило, нужно сформировать 20–25 экземпляров пресс-пакетов – точнее рассчитать их количество можно по результатам аккредитации. Конечно, нужно учитывать число средств массовой информации в городе в целом и размножать тексты для пресс-пакетов в разумных объемах. Впрочем, лучше сделать немного больше экземпляров. Главное, чтобы их хватило всем пришедшим журналистам.

Но как быть, если у правозащитной организации нет средств на подготовку пресс-пакета? Конечно, возможно обойтись и без него. Но пресс-релиз на тему пресс-конференции с упоминанием ее названия и данными участников подготовьте обязательно! Кроме того, еще большее значение приобретают распространяемый анонс и предварительная работа с выступающими на пресс-конференции.

И не забывайте: можно использовать все имеющиеся подручные средства для визуального представления обсуждаемой проблемы –

например, подготовить информационный стенд, повесить плакаты, записать какое-то заявление или сюжет на видеокассету, сделать заявление по итогам пресс-конференции и т.д.

Сценарий

С чего начинается пресс-конференция? Иногда... с опозданий. В Москве аудитория нередко собирается минут на 5–7 позже назначенного времени (из-за пробок и т.п.). Если эта проблема есть и в вашем городе, спросите у собравшихся, готовы ли они подождать еще несколько минут. Как правило, журналисты не против.

Очень важный участник пресс-конференции – ее ведущий. Можно пригласить ведущего из своей организации или со стороны. Оптимально, если это ваш пресс-секретарь. В самом начале он представляет всех выступающих (бывает так, что их состав внезапно меняется). Затем следуют выступления, а после них – самое важное: время для вопросов.

Кстати, журналистам бывает приятно, когда их знают в лицо и по имени и представляют задающего вопрос (в любом случае, стоит попросить всех говорящих представляться). Такое знание журналистов приходит с практикой, но если PR-деятельность регулярна, вы будете знакомы с большинством своих гостей уже очень скоро.

Важно оставить столько времени, чтобы все желающие могли спросить о том, что их заинтересовало на пресс-конференции. Разумеется, вопросы могут быть каверзными, сложными, но выступающие должны обязательно ответить на все из них, даже если они не по теме. Не выбирайте вопросы, которые удобны.

Выступающие на пресс-конференции обязаны быть не только в курсе непосредственного информационного повода пресс-конференции, но и более широкого контекста, уметь ответить на вопросы, касающиеся деятельности организации.

Ернических вопросов не нужно бояться – лучше еще во время

подготовки речи придумать возможные ответы. Но никогда, если был задан оскорбительный вопрос, не отвечайте в таком же тоне. Нужно очень тактично относиться к самым дерзким журналистам.

Когда интерес журналистов удовлетворен, лучше на всякий случай переспросить, нет ли других вопросов, и поблагодарить всех пришедших за внимание к мероприятию.

По окончании пресс-конференции журналисты, как правило, сами подходят к заинтересовавшим их участникам, чтобы получить эксклюзивную информацию.

Роль и возможности пресс-секретаря общественной организации

Пресс-конференция – отличный повод для продвижения своей организации и налаживания связей с представителями СМИ. Вы можете очень многое рассказать журналистам с помощью раздаваемых им материалов, а также встретившись с получателями вашей информации, чтобы вместе выпить по чашке кофе после пресс-конференции и просто поговорить. Рассказать о том, что осталось за кадром, и пригласить журналистов к себе в офис: «Приходите к нам! У нас есть еще много интересного».

Конечно, каждый раз вы сами должны выбирать тон для общения с конкретным человеком. Задача пресс-секретаря – найти подход к журналистам – очень творческая, и здесь нет жестких и непререкаемых правил.

Главное, о чем нужно помнить: журналисты – довольно открытые люди, и надо постараться заслужить их расположение. Пресс-секретарю следует раз и навсегда побороть свою скованность и застенчивость. Либо организации следует изначально подбирать на эту должность человека, который способен завязать разговор с любым журналистом.

Если вам страшно в первый раз подойти к незнакомому человеку, да еще и известному журналисту, – воспользуйтесь таким приемом.

Сначала коротко представьтесь сами, а потом можно сказать: «Я знаю ваши статьи, они очень интересные. Пожалуйста, возьмите мою визитку». В ответ вы, скорее всего, получите визитку журналиста. Знакомство состоялось, и теперь вы можете развивать беседу в желаемом направлении. Если вы видите, что ваш собеседник спешит, можно предложить ему свои услуги: «У нас много разных материалов, которые, возможно, заинтересуют вас. Если хотите, вы могли бы оставить наиболее удобный контактный телефон. Я обязательно позвоню, как только у нас будет что-то интересное».

А что делать, если на пресс-конференцию пришло мало журналистов или вообще никто не пришел? Такое тоже случается. Это может произойти на любом мероприятии, которое проводят правозащитные организации: круглый стол, семинар, конференция и т.д., куда вы приглашаете представителей СМИ.

Мы обычно все-таки проводим пресс-конференцию, даже если пришел только один человек. Иногда выходит очень удачно, и участники пресс-конференции как на коллективном интервью общаются с журналистом.

Если не пришел ни один представитель СМИ, необходимо составить пресс-релиз на тему пресс-конференции, где сообщить новые факты, сделать «выжимку» из подготовленных выступлений и разослать этот текст по рассылке. Пресс-релиз в этом случае может быть достаточно объемным, и вы сможете изложить суть основного вопроса, который обсуждался бы на пресс-конференции, если бы она состоялась.

Случается и так, что журналист не посещал пресс-конференцию, а публикацию сделал. Как это происходит? Чаще всего человек просто переписал пресс-релиз и позвонил организаторам, которые сообщили ему дополнительную информацию.

Есть еще хороший способ общения с прессой. Например, вы можете позвонить по списку аккредитованных, но не пришедших СМИ и предложить им отправить итоговый пресс-релиз. Это сильно

увеличивает шансы на новые заметки по вашей теме.

Такой констатирующий пресс-релиз пишется и распространяется сразу после пресс-конференции, чтобы успеть в тот же день.

Типичные ошибки при работе со СМИ

Крайне важно учиться общению со СМИ, необходимо преодолевать взаимную неудовлетворенность и недоверие, поскольку как представители общественных организаций, так и журналисты, по сути, стремятся к одной цели – защите прав российских граждан, упрочению демократических основ нашего государства.

Итак, типичные ошибки:

- *недостаточно серьезное отношение к PR-деятельности;*
- *нерегулярное информирование СМИ о деятельности организации;*
- *незнание специфики СМИ региона;*
- *неумение составить понятный и лаконичный текст для рассылки в СМИ;*
- *предъявление завышенных требований к представителям СМИ.*

Заключение

Смею надеяться, что мне удалось рассказать о некоторых проблемах, возникающих у правозащитников при планировании PR. В этом пособии краткие выводы и советы нынешним и будущим практикам пиар сформулированы на основе многолетнего опыта нашей организации в этой сфере.

В брошюре освещены важные, на мой взгляд, аспекты, с которыми приходится сталкиваться, когда только начинаешь «наводить мосты» для общения с журналистами. Я старалась выделить основные, универсальные подходы и приемы.

Многолетняя практика нашей деятельности показывает, что многообразие методов вырабатывается при регулярной и последовательной работе с журналистами.

Пожалуй, первое и основное, что должны знать все заинтересованные во взаимодействии с журналистами: надо стараться стать для них помощниками. Тогда и они, в свою очередь, станут помогать вам.

Руководствуясь правилом краткости, я попробовала наметить несколько путей, которые помогут наладить PR-деятельность в вашей организации.

Успехов вам на этом поприще!

Библиография

1. Л.М. Алексеева. *История инакомыслия в СССР*. М.: Зацепя, 2001.
2. *Правозащитное движение в России. Коллективный портрет*. М.: ОГИ, 2004.
3. М. Горкина, А. Мамонтов, И. Манн. *PR на 100%. Как стать хорошим менеджером по PR*. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
4. Д. Игнатьев, А. Бекетов. *Настольная энциклопедия Public Relations*. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
5. Г.Г. Почепцов. *Паблик рилейнз для профессионалов*. М.: Рефл-Бук, 2005.
6. С. Марков. *PR в России больше, чем PR: технологии, версии, слухи*. Ростов-на-Дону: Феникс, 2005.
7. Дж. Маркони. *PR: полное руководство*. Пер. с англ. М.: Вершина, 2006.
8. И.С. Доскова. *Public Relations: теория и практика*. М.: Альфа-пресс, 2004.
9. Э. Грин. *Креативность в паблик рилейнз*. С-Пб.: Нева, 2004.
10. А. Мюррей. *PR Public Relations*. Ростов-на-Дону: Гранд, 2003.
11. Даг Ньюсом, Джуди Ван Слайк Терк, Дин Крукеберг. *Все о PR. Теория и практика паблик рилейнз*. М.: ИМИДЖ-Контакт, Инфра-М, 2001.
12. М. Причинелло, Р. Лермер. *Гольф PR. Как заставить людей говорить о вас, вашем бизнесе и вашем продукте*. С-Пб.: Издательство "Крылов", 2004.
13. В.Г. Королько. *Основы паблик рилейнз*. М.: Рефл-Бук, 2000.
14. Филипп А. Буари. *Паблик рилейнз, или Стратегия доверия*. М.: Инфра-М, ИМИДЖ-Контакт, 2001.

Об авторе

Гришина Елена Леонидовна, образование высшее, окончила Московский государственный историко-архивный институт. С мая 1998 года – директор Информационного центра правозащитного движения (с марта 2004 года директор Региональной общественной организации «Центр общественной информации»), а также редактор информационного бюллетеня «Хроника Московской Хельсинкской группы».

В 1996-1997 гг. работала в Московской Хельсинкской группе, являлась редактором информационного бюллетеня «Хроника текущих событий», руководителем пресс-службы. До этого в 1996 г. – выпускающий редактор журнала «Правозащитник». В 1994-1995 гг. – ответственный редактор газеты «Демократическая Россия». 1993-1994 гг. – Общественный фонд «Гласность», редактор и координатор конференций «КГБ: вчера, сегодня, завтра». 1992-1993 гг. – редактор по сбору информации в Информационно-аналитическом бюллетене «Христианский вестник».

Публиковала статьи в различных изданиях: центральные газеты – «Куранты» и «Сегодня»; информационно-аналитический бюллетень «Христианский вестник», газета «Демократическая Россия», журнал «Правозащитник», информационный бюллетень «Хроника текущих событий» (в настоящее время «Хроника Московской Хельсинкской группы»), сборники «Свобода доступа к информации в России: правовые, организационные, профессиональные проблемы».

В настоящее время, являясь директором РОО «Центр общественной информации», редактирует различные информационные материалы, пишет статьи, читает лекции о PR для правозащитников, занимается организацией пресс-конференций и круглых столов, оказывает информационную поддержку правозащитным мероприятиям, ведет

Опыт работы информационного центра

прием посетителей. Также проводит консультирование по различным вопросам, связанным с PR-деятельностью: подготовка пресс-конференций и пресс-релизов; редактирование и издание информационных листков, газет и бюллетеней; организация работы с журналистами; проведение семинаров по обучению методам мониторинга прессы и интернет-изданий на правозащитные темы, установлению взаимоотношений с журналистами; организация и ведение баз данных средств массовой информации; эффективное распространение информации; информационное обеспечение различных правозащитных акций и мероприятий.

Гришина Елена Леонидовна

ПРАВАЗАЩИТАЯ ИНФОРМАЦИЯ NON-Stop
Опыт работы информационного центра

Художественное оформление – И.Ю. Ледовских

Подписано в печать 24.11.2011

Формат 60x84/16 Бумага офсетная

Объем: усл. печ. л. 4,5

Тираж 700 экз. Заказ № 42

Отпечатано ООО Фирма «Элист»
394000, г. Воронеж, ул. Никитинская, 19

Воронеж