

Информационное освещение социальной деятельности и работа со СМИ

Василий РУЛИНСКИЙ,
пресс-секретарь Отдела по
церковной благотворительности
Московского Патриархата

ЗАЧЕМ НУЖНО ПРИСУТСТВОВАТЬ В ПУБЛИЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ?

- Привлечение новых людей (добровольцев)
- Привлечение денег (спонсоров)
- Привлечение внимания (властей, общества) к проблеме
- Миссионерство («Вера без дел мертва»)

ОБЩИЕ ПРАВИЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СО СМИ

- Будьте открыты и доступны
- Будьте вежливы и учтивы
- Будьте готовы помочь журналисту
- Говорите только правду
- Старайтесь оперативно реагировать на запросы журналистов
- Выполняйте обещания

Как донести информацию?

Возможности размещения информации:

- Объявление в храме и на сайте храма
- Заметка на сайте епархии (благочиния)
- Материал в конкретном региональном СМИ
- Пресс-релиз во все СМИ региона (с подключением пресс-службы епархии)
- Материал в конкретном федеральном СМИ (с подключением пресс-службы епархии и Синод.отдела)
- Пресс-релиз в главные СМИ России (с подключением пресс-службы Синод.отдела и СИНФО)

Как донести информацию?

Шаблонов нет.

Нужно хорошо писать (или найти того, кто будет хорошо писать 😊)

Как донести информацию?

Подача информации:

Объявления в храме – доверительный тон
обычного человека

Заметка на епархиальном сайте – новостная
подача, иногда более доступная, чем в СМИ

Пресс-релиз в СМИ – четкий информационный
жанр с конкретикой (ориентир –
информагентства)

Как начать взаимодействие со СМИ?

Шаг № 1. Познакомьтесь со СМИ

- Почитайте газеты, посмотрите ТВ каналы и др. электронные СМИ вашего региона
- Познакомьтесь с пресс-службой епархии и пресс-службой Отдела по благотворительности
- Заведите базу данных журналистов
- Познакомьтесь лично с ведущими журналистами региона

Как начать взаимодействие со СМИ?

Шаг № 2. Проведите интересное мероприятие

- Пригласите журналистов (анонс, пресс-релиз)
- Помогите им в подготовке репортажа (в том числе накануне мероприятия)
- Обеспечьте комфортную работу журналистов на месте

Как начать взаимодействие со СМИ?

Шаг № 3. Станьте экспертом

- Оперативно комментируйте важные события по своему профилю
- Участвуйте в конференциях, круглых столах
- Проявляйте активность в соцсетях

Информационный повод

Варианты инфоповодов:

- Международный (Всероссийский) день;
- Масштабный благотворительный праздник;
- Открытие нового социального проекта.

Информационный повод

Что важно для инфоповода:

- Событие происходит «впервые»;
- Уникальность проекта;
- Событие должно представлять интерес для многих людей (а не для узкой группы).

Как написать пресс-релиз?

Пресс-релиз – 70% успеха PR-деятельности.

Пресс-релиз (press release – выпуск для прессы) – специальный бюллетень для СМИ, содержащий материалы для (срочной) публикации.

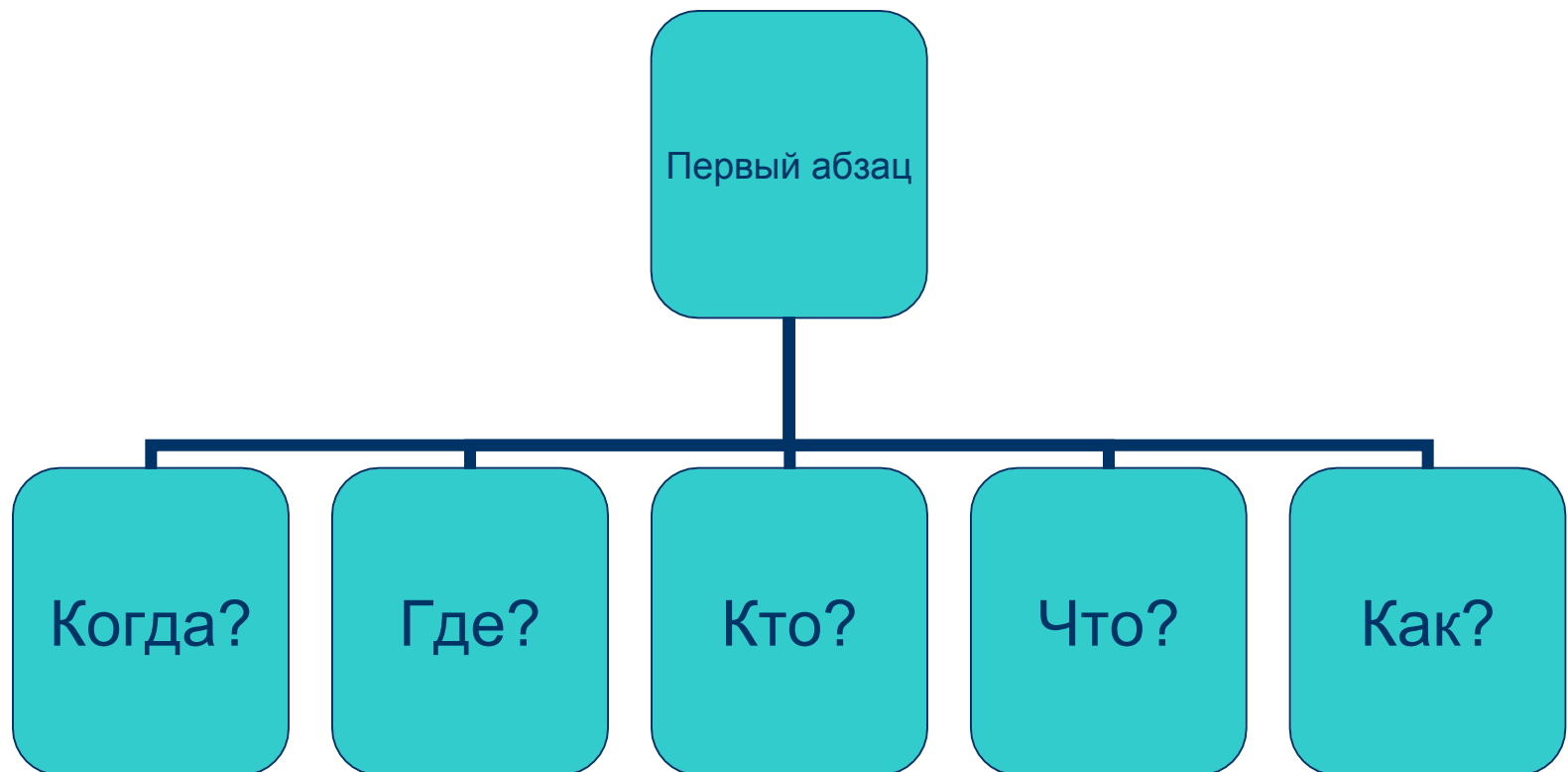
Как написать пресс-релиз?

Придумайте хороший заголовок

Плохой	Нормальный
Кто лучше защитит семью	Церковь распределит 15 миллионов на поддержку семьи
Спасем материнство	Церковь откроет кризисный центр для беременных и молодых мам
Паллиативная помощь детям с поражением ЦНС	В Петербурге начинает работу выездная служба детского хосписа

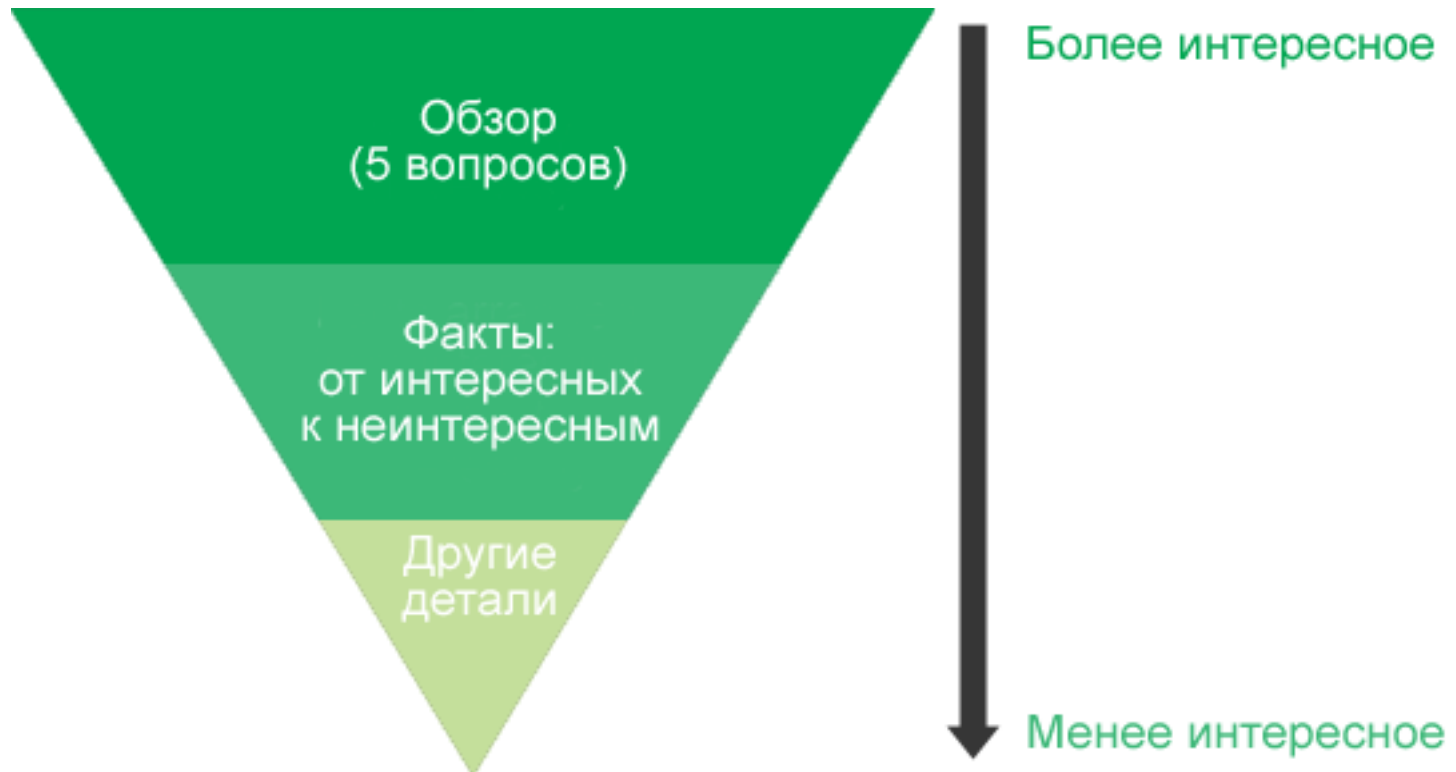
Как написать пресс-релиз?

Сделайте качественный первый абзац



Как написать пресс-релиз?

Перевернутая пирамида



Как написать пресс-релиз?

Друзья пресс-релиза

- Объективность подачи текста
- Доступность и краткость текста
- Использование существительных и глаголов (динамизм текста)
- Контактная информация (имя, телефон, e-mail контактного лица, сайт, адрес)
- Статистика и справочные сведения (Ситуация по стране, региону, динамика, количество подобных церковных и светских инициатив)

Как написать пресс-релиз?

Враги пресс-релиза

- Сложные фразы
- Причастные и деепричастные обороты
- Литературные тропы (метафоры и т.д.)
- Прикрепленный к письму файл
- Любая графика в письме или релизе
- Неграмотность
- Лиричность (елейность)

Спасибо за внимание!

Контакты пресс-службы Синодального
отдела по благотворительности:

diaconia@yandex.ru Тел: (495)911-72-97

Сайт Отдела по благотворительности:
www.diaconia.ru