



Е. Е. Жуковская

Методические указания по организации работы епархиальной пресс-службы

Управление делами Московской Патриархии
Синодальный информационный отдел

Москва
2010

В век повсеместного распространения информационных технологий проповедь христианских ценностей не замыкается на церковном амвоне. Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл призывает нас, используя средства массовой коммуникации, свидетельствовать миру о Православии повсюду. И в этом миссионерском служении особая роль принадлежит работникам епархиальных пресс-служб.

Надеюсь, что подготовленные Управлением делами Московской Патриархии при содействии Синодального информационного отдела методические указания, которые вы держите в руках, помогут церковным специалистам в области связей с общественностью наладить конструктивное сотрудничество со средствами массовой информации и будут способствовать формированию в обществе доброго отношения к Русской Православной Церкви.

*Варсонофий,
управляющий делами Московской Патриархии
митрополит Саранский и Мордовский*

У современного человека возникает много вопросов, связанных с жизнью Церкви. Очень часто ответы на эти вопросы люди пытаются найти с помощью СМИ. А значит, Церковь должна уметь правильно и профессионально на них ответить. В проповеди Евангелия Православие руководствуется собственным тысячелетним опытом. В общении с представителями прессы, чтобы быть понятыми, мы должны пользоваться правилами, принятыми в мире медиа.

Цели и задачи епархиальной пресс-службы, общение со светскими журналистами, информационная работа в Интернете – все эти вопросы затрагиваются в совместной разработке Управления делами Московской Патриархии и Синодального информационного отдела, которую вы держите в руках. Уверен, что изложенные сведения помогут работникам епархиальных пресс-служб повысить уровень своих знаний, чтобы более эффективно совершать свое служение Православной Церкви.

*В. Р. Легойда,
председатель Синодального информационного отдела
Московского Патриархата*

Организация работы епархиальной пресс-службы

Сегодня, когда информация играет важную роль в жизни общества, епархии Русской Православной Церкви активизируют сотрудничество с региональным журналистским сообществом, приглашают на мероприятия представителей средств массовой информации. В епархиальных управлениях выделяются штатные единицы пресс-секретаря, сотрудников информационной или пресс-службы.

«Методические указания по организации работы епархиальной пресс-службы» – первый подготовленный на синодальном уровне опыт теоретического обобщения светских технологий в области связей с общественностью и епархиальной практики сотрудничества со средствами массовой информации. Проект создан Управлением делами Московской Патриархии при поддержке Синодального информационного отдела с целью выстраивания единой информационной стратегии Русской Православной Церкви.

Понятно, что процесс формирования единой системы церковной информационной деятельности займет несколько лет, поэтому автор «Методических указаний» – специалист Управления делами Московской Патриархии Е. Е. Жуковская предлагает епархиям использовать опробованный в светских организациях алгоритм работы пресс-служб. По мнению автора, это поможет качественно изменить присутствие Русской Православной Церкви в информационном поле, будет способствовать профессиональному росту епархиальных сотрудников, отвечающих за связь с общественностью.

Учитывая реалии епархиальной жизни, в «Методических указаниях» представлена возможная структура пресс-службы. Особое внимание обращено на аккредитацию представителей средств массовой коммуникации, проведение мероприятий с участием журналистов (эти разделы подготовлены при участии специалиста в области связей с общественностью М. Н. Державиной), составление пресс-релизов, новостных сообщений, модерацию официальных сайтов и блогов епархий, а также предложены примерные должностные обязанности пресс-секретаря епархии и краткий словарь профессиональных терминов.

Церковь в информационном поле

Общество называется информационным в том случае, когда деятельность отдельных людей, групп, коллективов и организаций все в большей степени начинает зависеть от их информированности и способности эффективно использовать имеющуюся информацию. Сегодня все чаще, прежде чем предпринять какие-то действия, сначала требуется отфильтровать полученные сведения, а затем их осмыслить и проанализировать. Для активизации данных процессов невозможно обойтись без привлечения специальных технических средств¹¹.

Проповедуя Евангелие, Церковь несет в миру служение с целью осуществления евангельских идеалов. Чтобы это служение было эффективным, а проповедь имела практическое применение, необходимо вырабатывать механизмы взаимодействия со внешней средой. Современное общество внимательно относится к Православию, ему интересны церковные образовательные, просветительские, социальные, благотворительные, культурные, научные проекты. Все это — основа для церковной проповеди нравственных ценностей, семейных идеалов, христианского воспитания подрастающего поколения.

Председатель Синодального информационного отдела В.Р. Легойда не раз обращал внимание на тот факт, что «голос Церкви не всегда слышен». «Нам часто говорят: «А почему вы на эту тему не высказываетесь? А что вы думаете вот по этому поводу?», — отмечает В.Р. Легойда. — На самом деле, Церковь часто высказывается, но это не выходит в публичное пространство, так как журналистам, по их собственному признанию, «это не интересно». Или интерпретируется, редактируется таким образом, что наша позиция искажается — в той или иной степени»².

Как обществу рассказать о церковной действительности? С помощью технологий, распространенных в области связей с общественностью (public relations, паблик рилейшнз, PR), которые призваны выстраивать гармоничные отношения с внешним окружением посредством взаимопонимания, основанного на правде и полной информированности³.

Председатель Синодального отдела по взаимоотношениям Церкви и общества протоиерей Всеволод Чаплин считает, что «public relations — это умение объяснить и красиво презентовать людям то, что ты делаешь. К сожалению, в России слово “пиар”, особенно в 1990-е годы, стало синонимом слов “обман”, “манипуляция”⁴».

1 Цит. по http://www.ssti.ru/kpi/informatika/Content/biblio/b1/inform_man/gl_1_1.htm

2 Интервью «Журналу Московской Патриархии» — М., январь 2010

3 Блэк С. Введение в паблик рилейшнз. Ростов-н/Д, 1998. С 13

4 Выступление протоиерея Всеволода Чаплина перед преподавателями и студентами Российского православного института святого Иоанна Богослова 07.09.2010: <http://rus.ruvr.ru/2010/09/07/19267689.html>

Однако неправильное понимание терминов не должно привести к игнорированию самих процессов. Используя светские наработки в своей информационной деятельности, без приукрашивания, без обмана, без коммерциализованного подхода к информации, без саморекламы⁵ нужно рассказывать о повседневной жизни Церкви.

На епархиальном уровне решение данных задач – в компетенции епархиальных специалистов в области связей с общественностью. Именно их рутинный труд, ежедневная практика взаимодействия с журналистами будет способствовать широкому и эффективному распространению проповеди в средствах массовой коммуникации. Информационная деятельность епархий, по мнению главы пресс-службы Патриарха протоиерея Владимира Вигилянского, должна стать «действенным инструментом церковного единства, способного победить изоляционизм на всех уровнях»⁶.

«Важно понять, что вера человека имеет непосредственное отношение к его жизни во всех ее проявлениях. Не может человек верить в Бога по воскресеньям, а в остальные дни не позволять Богу влиять на его жизнь. Об этом и нужно говорить», – считает В.Р. Легойда⁷.

5 Там же

6 Выступление протоиерея Владимира Вигилянского на Архиерейском Соборе, 25 июня 2008 года: <http://www.patriarchia.ru/db/text/427291.html>

7 Интервью газете «НГ-Религии» – М., октябрь 2010; цит. по: <http://www.patriarchia.ru/db/text/806040.html>

Епархиальная пресс-служба

Святейший Патриарх Московский и всея Руси Кирилл не раз обращал внимание священнослужителей и церковных работников на неуклонный интерес светских кругов, прежде всего журналистов, к Православию. Вот почему в системе церковного администрирования пресс-службы также должны занимать одну из ключевых позиций, замыкающих на себе основные коммуникационные каналы — как внутренние, так и внешние.

Основной целью деятельности епархиальных пресс-служб является создание и закрепление правдивого, позитивного образа Церкви в общественном сознании. Если структура, отвечающая за связь с медиасообществом, выстроена правильно, то специалистам епархиального управления через средства массовой информации удастся участвовать в формировании общественного мнения, предупреждать негативные реакции.

Деятельность информационного подразделения епархиального управления сосредоточена на своевременном распространении достоверных и точных сведений по вопросам, представляющим ценность и интерес для общественности. Также пресс-служба проводит мониторинг материалов региональных средств массовой информации и их аналитическую обработку. Деятельность епархиальной пресс-службы способствует появлению в региональном информационном поле максимального объема публикаций, радио- и телепередач о деятельности Церкви, Священноначалия, служителей и мирянах.

Крупные светские организации имеют собственные пресс-службы или пресс-центры. Чаще всего они являются подразделениями отдела по связям с общественностью, а ответственный за связь с прессой подчиняется руководителю этого отдела. В небольших организациях эта функция совмещается с другими обязанностями. Штат пресс-службы может составлять различное число единиц — от одного-двух до двадцати и более человек. Работа с прессой носит в значительной мере оперативный характер, поэтому существует ответственный за связь с журналистским сообществом — для того, чтобы своевременно уделять внимание интересам средств массовой информации. Он должен быть доступен для журналистов, иначе, из-за непредоставления вовремя необходимых сведений (или передаче им важных знаний), компания никогда не добьется понимания тех задач, которые она решает.

Для того, чтобы пресс-служба управляла системой сообщений, достоверно и в положительном ключе отражающих жизнь и деятельность правящего архиерея и епархии, гармонично выстраивала отношения со средствами массовой коммуникации, информационное подразделение епархиального управления занимается вопросами аккредитации журна-

листов, оказывает помощь в подготовке публикаций, радио- и видеоматериалов, выходящих в средствах массовой информации. Перед епархиальной пресс-службой стоят **несколько задач**. Среди них:

- участие в создании и реализации информационной стратегии епархии;
- формирование с помощью средств массовой коммуникации общественного мнения в соответствии со стратегией информационной политики епархии;
- взаимодействие с региональными средствами массовой информации в целях полного и объективного освещения деятельности правящего архиерея, епархии;
- взаимодействие и развитие контактов с пресс-службами органов государственной исполнительной власти и местного самоуправления;
- изучение материалов средств массовой информации в целях определения их позиций и подготовки для правящего архиерея и (или) сотрудников епархиального управления обзоров этих материалов, аналитических документов благочинных.

К **функциям** пресс-службы епархиального управления относятся:

- составление планов работы по реализации информационной стратегии епархии;
- подготовка заявлений и сообщений для средств массовой информации, брифингов и пресс-конференций;
- оперативное распространение в средствах массовой информации официальных сообщений (пресс-релизов);
- аккредитация журналистов на епархиальные мероприятия;
- ведение официального сайта епархиального управления (в том числе поддержка интерактивных сервисов, если есть), переписка с посетителями сайта;
- мониторинг материалов о правящем архиерее, епархии и ее представителях в средствах массовой коммуникации;
- поддержка рабочих контактов с главными редакторами, руководителями региональных средств массовой информации;
- проведение пресс-конференций, брифингов, информационных встреч для журналистов;
- участие в подготовке и проведении поездок по епархии правящего архиерея, а также его повседневной деятельности — в целях их освещения в средствах массовой коммуникации;
- подготовка и передача средствами массовой информации теле-, фото- и аудиоматериалов, связанных с деятельностью правящего архиерея, представителей епархиального управления.

Пресс-служба реализует свои функции как штатными, так и привлеченными сотрудниками. Штатное расписание пресс-службы определяется соответствующими документами — распоряжениями правящего архиерея. Исходя из режима экономии, описание деятельности (с учетом оптимизации штатных единиц, их полномочий и обязанностей), можно свести к следующей схеме:



В то же время нередко в епархиях пресс-служба — это один специалист: он и пресс-секретарь, и редактор сайта, и корреспондент, и аналитик, и фотограф... Ему приходится совмещать несколько должностей, поэтому важно правильно расставить приоритеты и, прежде всего:

- контактировать со средствами массовой информации;
- организовывать события с участием представителей медиасообщества;
- проводить аккредитацию журналистов на мероприятия с участием правящего архиерея;
- готовить аналитические материалы по итогам мониторинга;
- модерировать официальный сайт епархии;
- составлять информационные сообщения для официального сайта епархии, а также писать пресс-релизы.

Законодательные акты, регламентирующие работу пресс-службы

В своей деятельности информационное подразделение епархиального управления должно руководствоваться Уставом Русской Православной Церкви, Постановлениями, Решениями, Определениями Поместных и Архиерейских Соборов, Священного Синода, уставом епархии, распоряжениями Патриарха Московского и всея Руси и правящего архиепископа, а также циркулярными письмами Управления делами Московской Патриархии, Синодального информационного отдела и иных Синодальных структур — в части, касающейся информационной деятельности.

Кроме того, формы информационной деятельности церковных структур прописаны в Основах социальной концепции Русской Православной Церкви.

Также сотрудники пресс-службы епархии должны знать светские законодательные акты, в том числе Конституцию Российской Федерации, Федеральный Закон «О средствах массовой информации», Федеральный Закон «О рекламе», «Этический кодекс журналиста».

Общение с коллегами из светских пресс-служб

Выстраивая епархиальную информационную деятельность, важно наладить конструктивные взаимоотношения с представителями пресс-служб региональных органов власти, образовательных, научных, социальных, культурных учреждений и общественных структур. По сути, сотрудничество с ними будет складываться на партнерских началах.

Эффект от подобного сотрудничества особенно ощутим во время совместных акций, направленных на утверждение в обществе нравственных ценностей, в ходе организации просветительских, социальных, благотворительных, образовательных, культурных проектов, в дни проведения региональных церковно-общественных мероприятий.

Взаимодействие с Синодальным информационным отделом

Информационное общество стремительно меняется: появляются новые технологии передачи информации, принципы ее подачи, например, на новостных ресурсах. Эти процессы настолько стремительны, что даже ведущие информационные агентства не всегда справляются с их скоростью. Совершенно очевидно — без специальной профильной структуры многое просто невозможно сделать⁸. На своем заседании 31 марта 2009 года Священный Синод принял решение учредить Синодальный информационный отдел, который призван формулировать и реализовывать общую для Церкви повестку дня.

⁸ Интервью председателя Синодального информационного отдела В.Р.Легойды «Журналу Московской Патриархии» — М., январь 2010

Основной целью деятельности Синодального информационного отдела являются поддержание взаимоотношений Русской Православной Церкви со средствами массовой информации, основной задачей — осуществление и координация информационной деятельности Московского Патриархата⁹.

Поясняя специфику деятельности Синодального информационного отдела, В.Р. Легойда подчеркивает, что новое Синодальное учреждение оказывает помощь, когда это необходимо: «Есть такие епархиальные события, которые попадают в информационное пространство и могут получить общецерковный резонанс. Вряд ли мы назовем ситуацию нормальной, когда о таких событиях и священноначалие, и наш отдел узнают из открытых источников наравне с журналистами. Скажем, журналисты ко мне обращаются с просьбой прокомментировать ту или иную ситуацию, а я о ней знаю ровно столько, сколько и они, потому что я то же самое прочитал полчаса назад в Интернете. Начинаем разбираться, и оказывается, что все это последствия решений, принятых месяц назад. Такая ситуация категорически недопустима»¹⁰.

Пресс-службы епархиальных управлений, предполагая то или иное развитие событий, может об этом проинформировать Священноначалие и Синодальный информационный отдел.

Перед Синодальным информационным отделом поставлена задача в рамках его компетенции представлять позицию Патриарха и позицию Церкви. Одно из подразделений Синодального информационного отдела, организационно-методическое управление, призвано помочь в выстраивании епархиальной информационной стратегии. Именно оно отвечает за взаимодействие центра с регионами, обеспечивает информационную поддержку церковной деятельности, проводит фестивали, участвует в подготовке журналистских кадров для Церкви¹¹.

В настоящее время информационную деятельность Церкви можно охарактеризовать как реагирующую: что-то произошло, и представители Московского Патриархата это событие комментируют, объясняют, а иногда и оправдываются. Сотрудничество информационных подразделений епархиальных управлений с Управлением делами Московской Патриархии, Синодальным информационным отделом и иными Синодальными учреждениями позволит качественно изменить эту ситуацию. Стратегическая задача подобного сотрудничества — максимальное присутствие нравственного измерения в общественной жизни.

⁹ Устав Синодального информационного отдела (II, 2.1.)

¹⁰ Интервью «Журналу Московской Патриархии» — М., январь 2010

¹¹ Там же

Формы взаимодействия со средствами массовой информации

При работе в информационном поле пресс-службе необходимо знать региональные средства массовой информации, их специфику, тематику. Например, кому-то интересны официальные хроники, кому-то – социальные, образовательные, культурные проекты; какие-то издания, радио- и телеканалы «заточены» под репортажи, в которых журналист представляет событие субъективно, некоторые, наоборот, излагают только мнения экспертов и официальных лиц. Для повышения эффективности информационному подразделению епархиального управления нужно изучить конъюнктуру информационного рынка и всех его игроков. Тем более это необходимо, когда епархию пытаются втянуть в скандалы или спровоцировать формирование в обществе негативного образа Церкви. Избежать этих процессов или воспользоваться ими в своих интересах можно только в том случае, если пресс-служба не разово, а регулярно занимается анализом региональных средств массовой информации, каждый день взаимодействует с журналистским сообществом.

Требуется умение создавать материалы, интересные для разных средств массовой информации, укладываться в установленные сроки, выдерживать особые требования к стилю, обращаться на понятном языке к аудитории.

Помимо журналистов из газет, журналов, информационных агентств необходимо выстроить отношения с региональными телерадиокомпаниями. По возможности важно развивать самостоятельный проект на местном радио и телевидении. Создание собственного телевизионного или радиоканала требует серьезных денежных средств и материальной базы и не всегда епархии могут поднять этот труд. Однако епархиальной пресс-службе полезно привлекать к работе профессиональных корреспондентов, видео- и звукооператоров, радиообозревателей. Так, собственная съемочная группа позволит в нужном аспекте подготовить материал о значимых событиях епархиальной жизни, после чего его можно будет представить на региональном телевидении. Компетентная подготовка радиопередач позволит познакомить с жизнью Церкви тех, кто лишен возможности смотреть телевизор, для кого радио – основной источник получения информации.

Сегодня во многих епархиях наблюдается положительная тенденция сотрудничества с местными радио- и телеканалами, когда для освещения церковной жизни светские телерадиокомпании регуляр-

но выделяют съемочные группы и радиожурналистов. Нередки случаи их прикрепления в число постоянно сопровождающих правящего архиерея лиц.

Нужно стремиться к тому, чтобы между представителями пресс-службы епархии и журналистами складывались и поддерживались отношения взаимного уважения и доверия друг к другу. Следует помнить: нередко отношения эти противоречивы по своей сути, что проявляется в разной мотивировке и целях реализации сотрудничества между пресс-службой и журналистами. Так, представители епархии заботятся о том, чтобы в обществе утверждались духовно-нравственные ценности, снижался уровень насилия, разнузданности и вседозволенности. В то же время ни для кого не секрет, что для определенной категории средств массовой информации именно эти стороны жизни являются основой успешного бизнеса.

У медиасообщества может быть предубеждение в отношении Церкви и ее представителей. Журналисты склонны к скепсису, и, особенно в регионах, по старинке воспринимают Церковь как что-то скучное, малоинтересное: священники, покойники, монотонные службы с кадильным дымом, в который не может проникнуть луч света... Не располагают к себе и невнятные рассказы о праздниках, произнесенные на мало понятном современникам языке. Им тяжело найти место не только на страницах прессы, но и в радио- или телеэфире. Нужно помнить о том, что большинство журналистов не владеют церковной лексикой. Оттолкнуть от себя может неопрятный внешний вид человека, который общается с журналистами. На каждом епархиальном пресс-секретаре, представителе информационного подразделения лежит ответственность за то, каков у людей сегодня уровень доверия к Церкви.

При работе в медийном поле следует учитывать особенности журналистского мышления и предлагать новости, которые могут заинтересовать прессу. Порой события, важные для церковной среды, не привлекают внимания светского общества. Например, после общения Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла с духовенством Тверской епархии в июле 2010 года, средства массовых коммуникаций активно тиражировали призыв Его Святейшества проповедовать в социальных сетях, однако практически был проигнорирован императив о деятельности сельских священников, развитии благочиний¹².

Другой пример: для каждой духовной школы актовый день – особый. Как правило, на торжество съезжаются специалисты из разных епархий, помимо богослужений проходят научно-практические и иные конференции, концерты. При этом светские журналисты не всегда считают подоб-

12 Выступление Святейшего Патриарха Кирилла 1 июля 2010 года перед духовенством Тверской епархии: <http://www.patriarchia.ru/db/text/1212900.html>

ные мероприятия достойными освещения. О духовных учебных заведениях они могут упомянуть первого сентября, чтобы добавить изюминку в обзор о праздновании Дня знаний.

В светских компаниях принято рассматривать отношения со средствами массовой информации как своего рода инвестиции, ведь точность и справедливость в освещении прессой тех или иных событий – это не результат работы одних лишь репортеров. В конечном счете сотрудничество пресс-службы и журналистов сказывается на качестве освещения деятельности организаций в информационном поле.

Вот почему епархиальным пресс-службам следует взять себе на вооружение **несколько основных правил**.

1. Специалист пресс-службы не должен отдавать предпочтение одному источнику новостей (газете, телекомпании) в ущерб другим. Экстренные сообщения должны выдаваться как можно быстрее, а средства массовой информации сами решают, когда их выпускать в эфир.
2. Необходимо обеспечивать прессу актуальной, интересной и своевременной информацией, предоставляемой в наиболее удобной для журналистов форме.
3. Представители епархиальных информационных подразделений должны быть доброжелательными. Однако важно помнить: если предложенная информация не достаточно актуальна по своей сути и не может вызвать интерес широкой публики, то даже хорошие взаимоотношения не смогут изменить ее качества и убедить журналистов использовать этот материал.
4. Редко приводит к успеху обращения к журналистам с просьбой «замять неприятную историю». Они, скорее, свидетельствуют о непрофессионализме просителя и вызывают настороженное отношение к нему. Нередко обратиться с такой просьбой к журналисту означает нанести ему оскорбление.
5. При озвучивании официальной позиции епархии или правящего архиерея следует стремиться к умиротворению ситуации, воздерживаться от реплик, которые могут спровоцировать конфликт в обществе.
6. Следует помнить, что журналисты вольны использовать в своих материалах цитаты из заявлений представителей епархии по своему усмотрению.
7. Важно знать: если суть проблемы заключается в использовании оскорбительных выражений или просто слов, которые не нравятся представителю пресс-службы, то не нужно повторять эти выражения и слова, даже отвергая их. При любых обстоятельствах неправильно вступать в пререкания с журналистом и выходить из себя.
8. Следует давать прямой ответ на прямой вопрос, задаваемый журналистом.

9. Если официальный представитель епархии не знает, что ответить на тот или иной вопрос, необходимо просто сказать: «Пока не знаю, но постараюсь ответить на ваш вопрос в следующий раз».
10. Рассказывая о реальной проблемной ситуации важно:
 - признать наличие проблемы;
 - акцентировать, что сделано и еще делается, чтобы ее разрешить.

Аккредитация журналистов

Аккредитация журналистов — это один из главных инструментов выстраивания отношений пресс-службы со средствами массовой информации. В частности, она позволяет:

- осуществлять учет средств массовой информации, с которыми устанавливается постоянное сотрудничество;
- регулировать процедурные вопросы в отношении со средствами массовой информации, в том числе и вопросы явки на специальные пресс-мероприятия;
- регулировать правила поведения представителей средств массовой информации на богослужениях, на территории или в здании епархиальных учреждений и церковных организаций;
- проводить мониторинг всего массива региональной прессы.

В статье 48 Федерального Закона «О средствах массовой информации» говорится, что «государственные органы, организации, учреждения, органы общественных объединений аккредитуют заявленных журналистов при условии соблюдения редакциями правил аккредитации, установленных этими органами, организациями, учреждениями».

Для того, чтобы мероприятия привлекли внимание общественности более широкой, чем состав их участников, нужно приглашать журналистов для освещения события. Организация этого входит в основные обязанности информационного подразделения епархиального управления.

Аккредитация журналиста одновременно может служить пропуском на мероприятие и является важным этапом в профессиональной деятельности любого медийщика. В какой-то мере, получение аккредитации является знаком признания авторитетности журналиста, равно как и солидарности данного средства массовой информации правящему архиерею, епархии, Церкви. В случае нарушения правил аккредитации, журналист может лишиться доступа к важным источникам информации.

Аккредитация может быть:

1. постоянной;
2. периодической;
3. специальной (временной).

Каждый из трех вариантов реализуется в соответствующих условиях и в зависимости либо от характера деятельности организации, либо от характера мероприятия.

Так, у пресс-службы Патриарха есть список журналистов, имеющих постоянную аккредитацию¹³. Они присутствуют на мероприятиях с участием Его Святейшества и сопровождают Предстоятеля Русской Православной Церкви в визитах как по России, так и по странам ближнего и дальнего зарубежья. Однако помимо постоянно аккредитованных журналистов на различные богослужения и события аккредитуются и другие представители средств массовой информации. Кроме того, если мероприятие масштабное, нередко на него, помимо постоянного корреспондента, освещающего служение Патриарха, редакции направляют дополнительных корреспондентов или группы журналистов.

В большинстве епархий наблюдается иная картина. Здесь пресс-служба работает со своей **медиа-картой**¹⁴, периодически пополняющейся новыми журналистами, но не имеет постоянного пула. Однако данная схема затрудняет последующий мониторинг средств массовой информации.

Во многих епархиях контакты с прессой носят в основном двусторонний характер, то есть не всегда пресс-служба информирует медиасообщество о тех или иных событиях. Нередко журналисты сами звонят и интересуются подробностями и достоверностью информации, просят помочь в проведении съемок в храмах или на иных церковных объектах.

Традиционно аккредитация журналистов проводится по предварительным заявкам от руководителей средств массовой информации, которые направляются в епархиальное управление на официальных бланках по факсу или электронной почте. Корреспондент получает допуск на мероприятие после получения аккредитационного удостоверения установленного образца. Однако зачастую аккредитация осуществляется также по спискам, утвержденным руководителем пресс-службы или его заместителем. Представители средств массовой информации становятся участниками события после того, как уполномоченный сотрудник епархиального управления отметил его в заранее подготовленном списке и допустил на мероприятие.

При аккредитации журналистов церковным пресс-службам важно структурировать представителей медиасообщества о смысле и содержании события, правилах поведения на богослужениях, об употреблении церковных терминов, церковных должностей и званий, церковном этикете и протоколе.

13 Во время Патриарших визитов его именуют «Патриаршим пулом». По состоянию на начало сентября 2010 года в него входят около пятнадцати журналистов ведущих информационных агентств, газет, радио и телеканалов.

14 Список средств массовой информации, в котором отражены его основные характеристики, указаны представители, с которыми следует сотрудничать, и их контактные данные.

Организация мероприятий с участием средств массовой информации

Журналист может быть абсолютно не знаком с епархиальной жизнью, Церковью в целом, а также составом участников мероприятия. Однако это не должно стать препятствием для быстрой подготовки материала в печать, на радио или телевидение, передачи сообщения по телефону на новостную ленту. Сотрудникам пресс-службы следует заранее подготовить и вручить журналистам **медиа-кит**. В него включают:

1. бэкграундер (от англ. backgrounder), или общую информацию об организаторе мероприятия (точное название епархии, краткую историческую справку, биографию правящего архиерея, интернет-адрес официального сайта епархии, а также, если имеется, проводимого мероприятия, фотоматериалы о жизни епархии и архипастыря);
2. программу мероприятия;
3. список участников с их краткой характеристикой и фотографиями (если необходимо);
4. тезисы наиболее важных и интересных докладов;
5. пресс-релиз.

Подготавливая мероприятие, важно создать необходимые условия для работы журналистов: стулья, розетки для аппаратуры, средства связи, иногда пресс-офисы снабжают телефоном, факсом, компьютером, здесь предлагают напитки и закуски. Отсутствие условий для профессиональной деятельности на объекте журналисты воспринимают как пренебрежение к представителям медиасообщества, общественному мнению, потому освещение события может получить негативный оттенок.

Также пресс-службой в обязательном порядке обеспечивается присутствие фотографа и видеооператора. Это необходимо для создания епархиального фото- и видеоархива, а также публикации фото- и видеорепортажей о жизни епархии на официальном сайте. Кроме того, эти материалы можно предоставить средствам массовой информации.

Необходимо сделать извещение-приглашение в информационное агентство, издание, радио- или телекомпанию как для журналиста или редактора отдела новостей, так и для фоторепортера.

Представителям информационного подразделения епархии следует не только пригласить заранее и встречать журналистов, но и ориентировать их по ходу проведения мероприятия, сопровождать, показывая, где развиваются наиболее интересные события. Пресс-служба должна подго-

товить правящего архиерея и (или) иных представителей епархии к возможным интервью и видеосъемкам.

Важно помнить: ни в коем случае не стоит созывать пресс-конференцию или приглашать журналистов, если у епархии нет стоящих новостей.

Перечень мероприятий с участием журналистов, которые может организовывать епархия

В области связей с общественностью есть такое понятие, как «специальные события». Это мероприятия, проводимые организацией в целях привлечения внимания общественности к самой организации, ее деятельности и продуктам. Во многом подобные акции сопровождаются сенсационностью, что, конечно, не подходит для освещения епархиальной жизни и деятельности архиерея. Учитывая общественные интересы, Церковь не должна работать на потребу. Наоборот, нужно стремиться к тому, чтобы общество, отвергая искусственные миражи, навязываемые в том числе средствами массовой информации, задумывалась об Евангелии и Истине. И специальные события могут этому способствовать. Ниже приведем те мероприятия, которые епархиальные пресс-службы могут взять на вооружение при работе со средствами массовой информации.

Пресс-конференция

В преддверии важных мероприятий, когда обществу необходимо предоставить проблемную, комментирующую и фотографическую информацию, проводятся пресс-конференции. На них у представителей средств массовой коммуникации появляется возможность задать вопросы организаторам события и узнать из первых уст все интересующие журналистское сообщество подробности.

Несмотря на то, что пресс-конференция является наиболее эффективной формой общения со специалистами медиасреды, ее следует проводить только тогда, когда существует конкретный информационный повод. На сегодня существуют следующие **типы информационных поводов**:

1. **Новости** — исключительный характер, оригинальность события. Интрига заключается в том, что информация «придерживается» до начала пресс-конференции. Это позволяет избежать девальвации фактов в глазах журналистов, а также ее искажения. Для пресс-служб церковных структур возможно дополнительное дифференцирование:
 - новости, актуальные только для церковных средств массовой информации (изменения кадрового состава Синодальных отделов или епархиального управления, посещение правящим архиереем различных структур и учреждений, освящение храмов, приютов, то есть события «внутренней» среды епархии);
 - новости, актуальные для церковных и светских средств массовой информации (мероприятия, интересные областной и городской общественности, празднование Пасхи и Рождества, прибытие в город церковных

- святынь, проведение крупных конференций и фестивалей, презентации просветительских, социальных, благотворительных проектов).
2. **Знаменательная дата** — проведение церковно-общественных, государственных, общественных мероприятий. Например, празднование Дня области или города. Как правило, в организации этих событий епархиальное управление принимает деятельное участие.
 3. **Проблема** — нередко возникают сложные ситуации, когда своевременная и адекватная реакция епархиального управления способна предотвратить распространение искаженной информации или слухов (например, о смерти или уходе правящего архиерея с кафедры, о каких-либо скандальных событиях, связанных с представителями епархии).

Существует **несколько способов оповещения журналистов** о дате, месте, времени и теме проведения пресс-конференции:

- персональный телефонный обзвон конкретных средств массовой информации и конкретных журналистов;
- рассылка факсов с общим и персональным обращением;
- рассылка приглашений по электронной почте.

Самым надежным способом является рассылка приглашений и дополнительный обзвон журналистов, который позволяет гарантировать участие представителей средств массовой информации в мероприятии.

Успех пресс-конференции во многом зависит от времени и места ее проведения. Время начала определяется графиком представителей организующей стороны, однако всегда следует учитывать такие **факторы**, как:

- периодичность выхода в свет средств массовой информации, представители которых приглашены на пресс-конференцию (наиболее оптимальным является дневное время — с 12.00 до 15.00, когда материалы по итогам пресс-конференции смогут попасть в завтрашние выпуски газет и вечерние информационные выпуски телеканалов и радиостанций);
- наличие назначенных на это же время других пресс-конференций и иных специальных событий;
- визиты в регион VIP-персон, вследствие чего происходит отток определенного контингента журналистов, а также возникают транспортные проблемы;
- проведение массовых мероприятий и акций.

Важно правильно выбрать день проведения пресс-конференции. Так, с учетом сезонного фактора (особенно в весенне-летний период), наименее результативным днем оказывается пятница. По графику работы современных средств массовой информации в субботу и воскресенье сокращается количество выхода информационных выпусков на радио и

телевидении, а субботние выпуски ежедневных газет формируются заранее (и в них остается мало места для размещения свежих новостей). Что касается размещения информации в еженедельных изданиях, следует учитывать, что большинство из них выходит из печати в первой половине недели, поэтому для них наиболее выгодным днем проведения пресс-конференций является четверг или пятница.

Существенный момент организации пресс-конференции – выбор места ее проведения. Желательно, чтобы событие проходило на территории епархиального управления, епархиального духовно-просветительского центра. Безусловно, преимущество «своего поля» создает определенный психологический комфорт для выступающих, однако нередко пресс-конференции собираются в офисах ведущих информационных агентств региона, редакциях газет, приспособленных для подобных мероприятий. При подготовке пресс-конференции важно отследить, чтобы размер помещения соответствовал количеству приглашенных журналистов. Помимо этого для создания комфортной психологической обстановки нужно избегать использования больших залов, в которых вероятнее всего остаются свободными несколько рядов стульев. Нежелательно размещать отвечающих на сцене или возвышении – это рождает ощущение отстраненности. Однако между сидящими в президиуме ньюсмейкерами (их оптимальное число – 3-4 человека) и журналистами должна оставаться дистанция 3-4 метра. Вся необходимая для работы аппаратура размещается позади сидящих журналистов, для телекамер оставляют широкий проход не ближе пятого ряда.

При составлении списка участников мероприятия нужно стремиться к тому, чтобы со стороны организаторов присутствовали первые лица: правящий архиерей, а также иные соорганизаторы события, руководители епархиальных отделов и учреждений и уполномоченные давать соответствующие комментарии – секретарь, пресс-секретарь епархиального управления. Важно помнить, что присутствие на пресс-конференции первого лица всегда повышает ее статус в глазах журналистов. Преимуществом пресс-конференции с участием высокопоставленных лиц является возможность получения расширенного комментария на поставленный непосредственно адресату вопрос.

На положительный результат проведения пресс-конференции, в частности, влияют:

- организация заблаговременной аккредитации представителей средств массовой информации, позволяющей осуществить более точный учет присутствующих на мероприятии журналистов и провести качественный мониторинг (наиболее оптимальное время начала оповещения журналистов – 10-14 дней до даты проведения события);

- эффективная работа модератора (ведущего пресс-конференции), который, сидит в президиуме, немного поодаль от ньюсмейкеров, и управляет запланированным регламентом;
- внимательное отношение организаторов к журналистам (не только в начале и во время мероприятия, но и по его окончании представителям информационного подразделения епархиального управления следует задержаться в зале пресс-конференции, чтобы ответить на дополнительные вопросы журналистов, помочь им получить необходимые разъяснения).

Пример 1

В преддверии открытия VII церковно-общественной выставки-форума «„Православная Русь“ – к Дню народного единства» в ИТАР-ТАСС состоялась пресс-конференция

5 ноября 2008 года в ИТАР-ТАСС состоялась пресс-конференция, посвященная VII церковно-общественной выставке-форуму «Православная Русь» – к Дню народного единства». В пресс-конференции приняли участие заместители председателя Отдела внешних церковных связей Московского Патриархата епископ Егорьевский Марк и протоиерей Всеволод Чаплин, председатель Издательского совета Русской Православной Церкви протоиерей Владимир Силовьев, генеральный директор выставочного объединения «Рестэк» И.П.Кирсанов, генеральный директор Паломнического центра Московского Патриархата С.Ю.Житенев.

Открывая встречу с журналистами, епископ Егорьевский Марк подчеркнул, что традиционно выставка-форум «Православная Русь» приурочена к празднику – Дню народного единства, который отмечается 4 ноября. В рамках программы выставки-форума 4 ноября состоялось открытие музыкального фестиваля и уже проходят просмотры фильмов международного кинофестиваля «Лучезарный ангел».

Выставка-форум «Православная Русь» – к Дню народного единства» пройдет в Москве в Центральном выставочном зале «Манеж» с 8 по 12 ноября. Мероприятие проводится ежегодно с 2003 года, нынешняя выставка станет седьмой по счету. По словам епископа Марка, свидетельством интереса к выставке-форуму «Православная Русь» является то, что она проходит и в регионах России, и в Москве. В настоящее время выставка путешествует по странам Латинской Америки в рамках программы «Дни России в Латинской Америке». Целью выставки-форума является свидетельство о Православии, о церковной жизни, о сотрудничестве Церкви, государства и общества в развитии и поддержке социальных проектов.

Традиционно центральным духовным событием выставки-форума станет принесение для поклонения посетителей чтимой иконы. В этом году отмечается 625-летие явления чудотворной Великорецкой иконе святителя Николая, и все желающие смогут поклониться этому образу угодника Божия.

Владыка Марк обратил внимание на то, что в первый день работы выставки, 8 ноября состоится общецерковная конференция «Пастырство: традиции и современность. К 100-летию преставления святого Иоанна Кронштадтского» под председательством Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Алексия II. В заключительный день пастыри, историки и богословы примут участие в научно-церковной конференции «Русская Церковь на страже Родины и веры. К 400-летию начала героической обороны Троице-Сергиевой Лавры (1608-1610 гг.)».

В рамках программы выставки-форума будет проходить акция «Просвещение через книгу». Посетители смогут ознакомиться с новинками православной литературы, состоять встречи-беседы с известными пастырями.

По случаю проводимого в России Года семьи Святейший Патриарх Алексий вручит награды многодетным семьям. На выставке будет представлен стенд, посвященный теме семьи и празднику святых покровителей семьи и супружества – преподобным князьям Петру и Февронии.

Председатель Издательского совета Русской Православной Церкви протоиерей Владимир Силлов подробно рассказал о программе «Просвещение через книгу», которая будет проводится уже в третий раз. Отец Владимир отметил рост числа номинаций и участников программы. Специальным призом в этом году станет знак святителя Макария, митрополита Московского и всея Руси.

Протоиерей Всеволод Чаплин подчеркнул, что выставка все больше становится форумом. Так, в дискуссиях в рамках конференции «Пастырство: традиции и современность» смогут вступить все желающие. Побеседовать со священнослужителями можно будет в рамках специальной программы «Задай вопрос священнику». Впервые будет осуществляться молодежный проект «Я люблю Россию и ...»; православные молодые люди на улицах столицы будут раздавать наклейки-знаки с формой сердца и эмблемой выставки-форума.

В этом году московская выставка-форум «Православная Русь» – к Дню народного единства стала седьмым мероприятием проекта. Одноименные выставки прошли в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону, Перми, Великом Новгороде, Красноярске. Как рассказал генеральный директор выставочного объединения «Рестэк» И.П.Кирсанов, в столичной выставке-форуме примут участие Синодальные отделы Московского Патриархата, 32 епархии Русской Православной Церкви, Украинская Православная Церковь, Белорусский экзархат; 40 монастырей, в том числе 7 ставропигиальных; государственные и общественные организации из Центрального, Приволжского, Южного, Сибирского, Уральского, Северо-Западного и Дальневосточного федеральных округов; около 20 иконописных и 18 ювелирных мастерских; 60 участников раздела «Просвещение через книгу». Выставка будет открыта для посетителей 8 ноября с 13.00 до 20.00, 9–11 ноября с 11.00 до 20.00, 12 ноября с 11.00 до 18.00.

Генеральный директор Паломнического центра Московского Патриархата С.Ю.Житенев особо отметил в программе первого дня передачу книг детям Южной Осетии. Церемонию возглавит Предстоятель Русской Православной Церкви. Интересным событием выставки-форума станет также художественная выставка «От

Древней Руси – к новой России», а нововведением – консультации православных психологов, организованные центром «Православная семья».

 www.mospat.ru



РУССКАЯ ПРАВОСЛАВНАЯ ЦЕРКОВЬ

АРХИВ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА МОСКОВСКОГО ПАТРИАРХАТА 1997—2009

ДОКУМЕНТЫ СВЯЩЕННОГО СИНОДА


МАТЕРИАЛЫ СОБОРОВ

ОФИЦИАЛЬНАЯ ПЕРЕПИСКА

ВЕРА И ЖИЗНЬ

ЦЕРКЬ

В преддверии открытия VII церковно-общественной выставки-форума «Православная Русь» – к Дню народного единства в ИТАР-ТАСС состоялась пресс-конференция

 5.11.2008 · Архив 2005-2009, События

5 ноября 2008 года в ИТАР-ТАСС состоялась пресс-конференция, посвященная VII церковно-общественной выставке-форуму «Православная Русь» – к Дню народного единства». В пресс-конференции приняли участие заместители председателя Отдела внешних церковных связей Московского Патриархата епископ Егорьевский Марк и протоиерей Всеволод Чаплин, председатель Издательского совета Русской Православной Церкви протоиерей Владимир Силовьев, генеральный директор выставочного объединения «Рестэк» И.П.Кирсанов, генеральный директор Паломнического центра Московского Патриархата С.Ю.Житенев.

Открывая встречу с журналистами, епископ Егорьевский Марк подчеркнул, что традиционно выставка-форум «Православная Русь» приурочена к празднику – Дню народного единства, который отмечается 4 ноября. В рамках программы выставки-форума 4 ноября состоялось открытие музыкального фестиваля и уже проходят просмотры фильмов международного кинофестиваля «Лучезарный ангел».

Затем участники пресс-конференции ответили на вопросы журналистов.

Епископ Егорьевский Марк напомнил, что прошлым году Русская Зарубежная Церковь впервые приняла участие в выставке-форуме. И в этом году также предполагается прибытие архиепископа Берлинско-Германского и Великобританского Марка для участия в мероприятиях выставки.

Отвечая на вопросы СМИ, представители Русской Православной Церкви поделились своими впечатлениями о прошедшем Дне народного единства.

Епископ Егорьевский Марк отметил, что неверно называть этот день только днем церковного празднования. «Если смотреть историю праздника, то в начале, когда он был установлен, это был праздник всего народа, поскольку в XVII веке большая часть россиян принадлежала к Русской Православной Церкви, – подчеркнул Владыка Марк. – Кроме того, люди, которые освободили Москву, воспринимали это как чудо, как заступничество Божией Матери». Он также отметил, что приуроченная к Дню народного единства выставка подчеркивает важность совместного доброделания, «сотрудничества всех граждан нашей страны, представителей различных религий».

Протоиерей Всеволод Чаплин подчеркнул, что Праздник становится все более и более осмысленным.

Он напомнил, что в ходе одоления смуты в начале XVII века люди преодолели разрыв между элитой и народом, преодолели искушение верить свою судьбу внешним силам, которые якобы могли спасти и устранить все проблемы. «Люди предпочли свою духовную свободу и самостоятельность всем тем посулам, которые давали вражеские силы, обещая некую сытую и спокойную жизнь в обмен на свободу, – сказал далее отец Всеволод. – Вот это то, что сегодня очень нужно нам. Нам нужно стать единым народом, который ценит свою свободу и свою особую миссию в мире выше всего»

Он также отметил, что сейчас в День народного единства все больше молодых людей участвуют в богослужениях. «Вчера мы с Владыкой Марком были тому свидетелями, – поделился своими наблюдениями отец Всеволод. – За богослужением у меня из 56 причастников было только 15 пожилых женщин, остальные семьи с детьми и люди среднего возраста».

По мнению протоиерея Всеволода Чаплина, у праздника пока нет кульминации, которая была бы неким общенациональным событием. «Единство надо ощущать так же, как мы ощущаем единство народа 9 мая, видя парад на Красной площади», – заключил отец Всеволод.

Служба коммуникации ОВЦС

Брифинг

Популярной формой взаимодействия со средствами массовой информации является брифинг (англ. briefing, от brief – краткий) – встреча официальных лиц с журналистами, на которой вкратце излагается официальная позиция по определенному вопросу (иногда затрагивается несколько тем). Нередко брифинги организуются по окончании мероприятия. Например, после завершения церковно-общественного форума, а также в перерывах между пленарными заседаниями. В ходе брифингов официальные лица сообщают представителям медиасообщества о принятых решениях, о порядке проведения данного мероприятия, о первых итогах или информируют общество посредством журналистов о своей деятельности в той или иной области, рассказывают о достижениях и перспективах на будущее.

Как правило, брифинги собираются для ограниченного числа средств массовой информации, когда журналистам важно прокомментировать несколько вопросов. В таком случае брифинг длится не более сорока минут, но **подготовка события** ведется за несколько дней. Для этого следует:

- заказать конференц-зал (необходимо помещение с большим столом),
- позвонить и лично пригласить журналистов (обычно их число составляет 6-12 человек),
- за день до мероприятия вторично позвонить представителями медиасреды.

Безусловно, без тщательно спланированной сетки выступлений могут возникнуть накладки, поэтому в преддверии брифинга необходимо сформулировать основные темы, наметить докладчиков, а также подготовить нужные печатные материалы.

Во время брифинга необходимо представлять журналистов и выступающих друг другу, а также контролировать, чтобы каждый из участников выступил или задал вопрос (в реальной практике журналисты задают вопросы после завершения брифинга).

По итогам события будет правильным договориться с представителями средств массовой информации о дальнейшем сотрудничестве.

Пример 2

Храмы Александра Невского появятся на границах РФ – Синод

С.-ПЕТЕРБУРГ, 31 мая – РИА Новости. Священный Синод РПЦ поддержал предложение Центра национальной славы России и Фонда Андрея Первозванного построить на границах РФ храмы во имя святого благоверного князя Александра Невского, сообщил глава Информационного отдела Московского патриархата Владимир Легойда по итогам заседания Синода в понедельник в Петербурге.


 01/11/2010 14:52

[RU](#)
[ENG](#)
[DEU](#)
[FRA](#)
[ARA](#)
[PER](#)
[ESP](#)
[JPN](#)
[CHN\(S\)](#)
[CHN\(T\)](#)

[RSS](#)
[EDA](#)

[Календарь](#)

[Vkontakte](#)
[Facebook](#)
[Twitter](#)

[+ в избранное](#)
[+ сделать стартовой](#)

USD ЦБ 02/11 30.7738 -0.0083	EUR ЦБ 02/11 42.9848 +0.2592	RUB 14:49 1604.84 +1.12%	GLORIA MUNDI СШГЭС: НОВАЯ ЖИЗНЬ	MMVB 14:50 1538.68 +1%	ПОГОДА Москва +6
ЭКОНОМИКА ОБЩЕСТВО	ПРОИСШЕСТВИЯ РАССЛЕДОВАНИЯ	ЭКОЛОГИЯ ТУРИЗМ	АНОНСЫ АВТОРСКИЕ ПРОГРАММЫ	РЕГИОНЫ ТЫ - РЕПОРТЕР	

РЕЛИГИЯ

Храмы Александра Невского появятся на границах РФ - Синод



© РИА Новости. Антон Денисов

[Добавить комментарий](#)

18:14 31/05/2010

С.-ПЕТЕРБУРГ, 31 мая - РИА Новости. Священный Синод РПЦ поддержал предложение Центра национальной славы России и Фонда Андрея Первозванного построить на границах РФ храмы во имя святого благоверного князя Александра Невского, сообщил глава Информационного отдела Московского патриархата Владимир Легойда по итогам заседания Синода в понедельник в Петербурге.

Синод одобрил возведение храмов в Южно-Сахалинской, Калининградской и Ставропольской епархиях, - сказал Легойда.

По его словам, также будет восстановлен Троицкий храм с приделом Александра Невского на острове Анзер (Соловки).

КОНТЕКСТ

[Синод РПЦ создал комиссию по взаимодействию с музеями](#)
[Патриарх предложил Синоду создать комиссию по взаимодействию с музеями](#)
[Здание Сената и Синода в г. Санкт-Петербурге, Справка](#)
[Священный Синод Русской Православной Церкви, Справка](#)

Синод одобрил возведение храмов в Южно-Сахалинской, Калининградской и Ставропольской епархиях»; сказал Легойда. По его словам, также будет восстановлен Троицкий храм с приделом Александра Невского на острове Анзер (Соловки). „Все эти храмы будут иметь статус патриаршего подворья“, – добавил представитель РПЦ.

Подход к прессе

Другое более сжатое по формату мероприятие, во время которого журналисты имеют возможность общаться с представителями Церкви, называется «подход к прессе». В частности, оно организуется после завершения заседания Священного Синода, когда председатель Синодального информационного отдела информирует медийщиков о принятых решениях. Нередко подходами к прессе начинаются Патриаршие визиты. Подобная беседа позволяет узнать у первого лица о целях события, услышать его комментарии.

Пример 3

Святейший Патриарх Кирилл прибыл с Первосвятительским визитом в Липецкую епархию

25 августа 2010 года начался Первосвятительский визит Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла в Липецкую и Елецкую епархию.

У трапа самолета в аэропорту города Липецка Его Святейшество встречали епископ Липецкий и Елецкий Никон, глава администрации Липецкой области О.П. Королев, председатель областного совета депутатов П.И. Путилин, глава города Липецка М.В. Гулевский, духовенство епархии и представители областной администрации.

В поездке Святейшего Патриарха Кирилла сопровождают управляющий делами Московской Патриархии митрополит Саранский и Мордовский Варсонофий, руководитель Административного секретариата Московской Патриархии епископ Солнечногорский Сергей, схиархимандрит Илий (Ноздрин), председатель Синодального информационного отдела В.Р. Легойда, руководитель личного секретариата Святейшего Патриарха иеромонах Антоний (Севрюк).

По прибытии Предстоятель Русской Православной Церкви рассказал журналистам о целях двухдневного визита.

«Я прибыл на Липецкую землю для того, чтобы принять участие в праздновании 400-летия прославленной Задонской Рождество-Богородицкой обители, связанной с именем святителя Тихона Задонского – великого просветителя нашей Церкви и всей нашей земли, человека, который внес огромный вклад в духовное пробуждение народа и оставил после себя замечательный след», – сказал, в частности, Святейший Патриарх Кирилл.

«Святитель Тихон, который жил в XVIII веке, на самом деле является очень современным мыслителем – его наставлениями и сегодня верующие люди укрепля-

ют свою духовную жизнь, — подчеркнул Предстоятель. — Мы почтим память святителя Тихона, помолимся ему о ниспослании мира и благоденствия на Задонскую землю, на Липецкую область, которая, несмотря на общие для всей страны экономические трудности, все-таки активно развивается и материально, и — хотел бы особенно это подчеркнуть — духовно».

Официальный сайт Московского Патриархата

Патриарх | Новости | Документы | Межсоборное присутствие | Публикации | Организации | Персоналии | Фото | Видео | Анонсы

Поместный собор-2009 | Главная / Епарии и Экзархаты

Архиерейский собор-2009 | Святейший Патриарх Кирилл прибыл с Первосвятительским визитом в Липецкую епархию

Патриарх | 25 августа 2010 г. 15:49 | Версия для печати

Межсоборное присутствие | 25 августа 2010 года начался Первосвятительский визит Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Кирилла в Липецкую и Елецкую епархии.

Синодальные учреждения |  Утрапа самолета в аэропорту города Липецка Его Святешество встречали епископ Липецкий и Елецкий Никон, глава администрации Липецкой области О.П. Королев, председатель областного совета депутатов П.И. Путинин, глава города Липецка М.В. Гупевский, духовенство епархии и представители областной администрации.

Епархии и Экзархаты | В поездке Святейшего Патриарха Кирилла сопровождают управляющий делами Московской Патриархии митрополит Саранский и Мордовский Варсонофий, руководитель Административного секретариата Московской Патриархии епископ Солнечногорский Сергей, санархимандрит Илий (Ноздрин), председатель Синодального информационного отдела В.Р. Легойда, руководитель личного секретариата Святейшего Патриарха иеромонах Антоний (Семенов).

Православная Москва | По прибытии Предстоятель Русской Православной Церкви рассказал журналистам о целях двухдневного визита.

Поместные церкви | «Я прибыл на Липецкую землю для того, чтобы принять участие в праздновании 400-летия прославленной Задонской Рождество-Богородицкой обители, связанной с именем святителя Тихона Задонского — великого просветителя нашей Церкви и всей нашей земли, человека, который внес огромный вклад в духовное пробуждение народа и оставил после себя замечательный след», — сказал, в частности, Святейший Патриарх Кирилл.

Наука и образование | «Святитель Тихон, который жил в XIII веке, на самом деле является очень современным мыслителем — его наставлениями и сегодня верующие люди укрепляют свою духовную жизнь», — подчеркнул Предстоятель. — Мы почтим память святителя Тихона, помолимся ему о ниспослании мира и благоденствия на Задонскую землю, на Липецкую область, которая, несмотря на общие для всей страны экономические трудности, все-таки активно развивается и материально, и — хотел бы особенно это подчеркнуть — духовно».

Церковь и государство | «От всего сердца желаю помощи Божией всем жителям Липецкой области и благословения этому черноземному краю», — сказал в заключение Святейший Владыка.

Церковь и общество |

Памятные даты |

Издательства и СМИ |

Межрелигиозные отношения |

Старообрядчество |

Инославие |

Главные новости |

[Состоялась встреча Предстоятеля Русской Православной Церкви с журналистами](#)

«От всего сердца желаю помощи Божией всем жителям Липецкой области и благословения этому черноземному краю», — сказал в заключение Святейший Владыка.

Из аэропорта Святейший Патриарх Кирилл направился в Липецкое епархиальное управление.

Вечером 25 августа Святейший Патриарх Кирилл возглавит служение всенощного бдения в липецком кафедральном соборе в честь Рождества Христова.

Интервью

Существует несколько типов интервью, в том числе:

- заочное;
- очное косвенное;
- очное прямое.

Заочное интервью предполагает предварительную договоренность между руководителем епархиальной пресс-службы или ответственным сотруд-

ником епархиального управления и корреспондентом о получении письменных вопросов правящему архиерею. Ответы на них также готовятся в письменной форме, а затем их передают корреспонденту для публикации. Считается, что это самый спокойный, и потому наиболее предпочитаемый руководителями высшего звена вид интервью, так как материал направляется от первого лица, с его визой, и вряд ли будет изменен при верстке номера или постановке на сайт. Однако не стоит забывать, что данный тип интервью довольно однообразен, лишен красок живой речи, часто в нем прослеживается имитационный характер.

Очное косвенное интервью предполагает предварительное ознакомление с вопросами. Однако само интервьюирование проводится журналистом лично и не исключает новых, незапланированных вопросов, которые могут возникнуть у корреспондента во время беседы, поэтому при записи для радио- или телепрограммы оно требует большей собранности и подготовленности, нежели интервью заочное.

Очное прямое – самый сложный вид интервью, когда вопросы предварительно неизвестны. Как правило, подобные интервью распространены на радио и телевидении во время прямого эфира.

Представителю информационной службы желательно присутствовать при записи интервью с правящим архиереем или иным руководящим лицом епархиального управления. При этом нужно помнить, что во время интервью глава или специалист пресс-службы ни во что не вмешивается, только фиксирует вопросы. Именно этот сотрудник передает журналисту все необходимые ознакомительные материалы, проверяет, правильно ли он зафиксировал имя и должность интервьюируемого, а также ответственного за связь с прессой. Кроме того, если это целесообразно, на диктофон можно проводить дополнительную синхронную запись интервью, предварительно предупредив корреспондента об этом. Делать вторую запись без оповещения журналиста не совсем корректно. Помимо этого представителю епархиальной пресс-службы не лишне специально проговорить корреспонденту, что ознакомительные материалы предоставлены ему не для цитирования, записи, а для общей информации.

Ниже охарактеризуем **виды интервью**.

Интервью-диалог – беседа в форме вопросов и ответов. Самый распространенный вид, когда журналист наряду с основными вопросами задает собеседнику уточняющие и получает информацию о значительном факте.

Интервью-монолог — выглядит в форме ответа интервьюируемого на вопрос корреспондента, поставленный в начале текста.

Интервью-портрет — на первый план выходит создание портрета интервьюируемого. В тексте появляются элементы биографии, присутствуют мнения героя по различным темам. Автор посредством разнообразных вопросов раскрывает личность человека.

Интервью-беседа — журналист ведет беседу с человеком на равных. Предмет разговора — проблемная актуальная ситуация, выход из которой следует найти в процессе диалога. Представитель медиасообщества не только получает от собеседника информацию, но и сам высказывает свое мнение. Здесь возможен спор и обратные вопросы.

Коллективное интервью — мнение нескольких людей по тем или иным вопросам.

Анкета — массовый вид интервью, заочная беседа. Вопросы задаются на газетном листе, автор изучает поступившие в редакцию ответы и пишет текст. Иногда в издании существует рубрика «Анкета», в которой герой отвечает на стандартный набор вопросов.

Блиц-опрос — целью является получение мнений людей различного социального статуса по одному актуальному вопросу.

При подготовке события следует различать некоторые особенности интервью для печати и для телевидения.

Интервью для печати

- Если известно, кто именно придет брать интервью, то информационной службе епархиального управления следует провести мониторинг материалов этого журналиста, а также сделать подборку опубликованных статей данного корреспондента по теме интервью. Подобное исследование позволит определить отношение и представителя, и самого средства массовой информации к церковной проблематике, понять его позицию, предположить круг вопросов, интересующих журналиста.
- При подготовке интервью нужно помнить, что корреспондент может также организовать фотосессию. Вот почему следует до мелочей предусмотреть место проведения интервью, обращая внимание на фон и интерьер помещения. Помимо этого не лишним заранее поинтересо-

ваться тем, потребуются ли от епархии фотографии или их сделает редакционный фотокорреспондент.

Интервьюирование на телевидении

- Прежде всего, нужно определить цель беседы и продумать заранее ключевые моменты речи, зафиксировав их в тезисной форме. При подготовке данного материала следует акцентировать внимание на наиболее важных аспектах, ведь показ интервью займет мало времени и, возможно, будет продемонстрирована только его главная (с точки зрения журналистов) или наиболее выразительная часть.
- Для того, чтобы избежать возможных провокаций, информационному подразделению епархиального управления нужно заранее составить аналитическую справку о программе, в которую пригласили правящего архиерея или представителя епархии. Также важно заранее, пусть и заочно, познакомить архипастыря или представителя епархии с ведущим и участниками телевизионного события, представив биографии. Тезисы для интервью следует подготовить, исходя из общего стиля данной программы, продумав возможные вопросы.
- Телевидение любит краткость и точность, поэтому информационный материал (тезисы) нужно проиллюстрировать статистическими данными и проверенными фактами.
- По окончании совместной работы информационное подразделение епархиального управления должно позвонить или отправить письмо с благодарностью светским коллегам-организаторам телевизионного проекта.

Церемонии открытия

Пригласив на открытие очередного социального дома, образовательного или культурного центра, а также нового крупного прихода журналистов, можно привлечь внимание общественности к жизни епархии. Повысят ее имидж не столько слова приглашенных на церемонию участников, сколько демонстрация, например, оборудования, которым оснащено открываемое учреждение. Нужно помнить, что официальное открытие медицинского или образовательного учреждения часто обнаружит серьезную общественную проблему и служит стартом для развертывания в том числе сбора средств на реализацию социально-значимого проекта.

Выбор персоны, лично открывающей объект, предполагает несколько альтернатив. Это может быть и сам правящий архиерей, а также мэ

города, министр или представитель городской администрации, представитель ведомства, курирующего сферу деятельности объекта, парламентарий, известный спортсмен, артист, общественный деятель. Критериями выбора служат масштаб события и общественная значимость официальной персоны, ее доступность и заинтересованность. Охотно в благотворительных акциях участвуют так называемые звезды – артисты и спортсмены, их мнению доверяют, к их словам прислушиваются.

При составлении списка гостей важно помнить: общественный статус персоны влияет на интерес средств массовой информации к церемонии. Чем выше статус приглашенных лиц, тем выше интерес информационного сообщества к церемонии и тем более широко она будет освещена.

Нередко официальное открытие организуется уже после фактического открытия объекта. В таком случае объявляются две даты – дата фактического открытия с небольшой церемонией и «официальное открытие с визитом или общественным мероприятием».

Пример 4

Первый в России детский хоспис открылся в Санкт-Петербурге

Первый в России детский хоспис открылся в Санкт-Петербурге 1 июня в здании Куракиной дачи (бывшего Николаевского сиротского приюта). Церемония открытия была приурочена к Международному дню детей. На ней присутствовали митрополит Санкт-Петербургский и Ладожский Владимир, губернатор Валентина Матвиенко, спикер Законодательного Собрания Вадим Тюльпанов.

Хоспис появился по инициативе Русской Православной Церкви. Это единственное государственное автономное учреждение здравоохранения, оказывающее неизлечимо больным детям паллиативную помощь, то есть ряд мер по улучшению жизни, которую невозможно спасти.

Медперсонал, психологи, педагоги и священники во главе с директором – протоиереем Александром Ткаченко – будут бесплатно обеспечивать всесторонней поддержкой детей, возраст жизни которых ограничен болезнями. В хосписе есть храм, который будет освящен Патриархом Кириллом в один из его ближайших визитов в Санкт-Петербург.

«Благодаря Русской Православной Церкви появилось уникальное учреждение, в котором предусмотрено все для того, чтобы маленькие пациенты провели остаток жизни окруженные заботой и теплотой. Это наглядный пример, с какой пользой может осуществляться взаимодействие государства и Церкви в социальном служении», – подчеркнула Валентина Матвиенко.

Митрополит Владимир рассказал, что бывал в аналогичных учреждениях за рубежом, но такого высокого уровня обустройства хосписа нигде не видел.



О том, что привлекать средства к созданию хосписа оказалось задачей несложной, говорил Вадим Тюльпанов. По его словам, спонсоры легко расставались с деньгами, зная, что они пойдут на благое дело.

Каждый пациент сможет провести в хосписе 21 день. За это время ребятам будет оказана медицинская, материальная и психологическая поддержка. По необходимости срок пребывания может быть продлен. Также при хосписе работает выездная служба оказания помощи на дому 180 семьям.

«У нас есть современные игровые комнаты, сенсорная комната и кабинет музыкальной терапии. Программа пребывания детей в хосписе рассчитана так, чтобы ребята все время были чем-нибудь заняты: играли, обучались и получали новые впечатления», — рассказала психолог Галина Вишневская.

Конференции

Организованное собрание людей с целью ознакомления, обсуждения и распространения значимой научной, политической, деловой и культурной информации, представляемой авторитетными экспертами, называется конференция. Конференции могут включать презентации, круглые столы, приемы. Участие в конференции представителей епархии дает возможность познакомить широкую общественность с деятельностью Церкви, правящего архиерея, рассказать об епархиальных проектах.

Конференция может быть научной, практической, политической, синтезировать два и более аспектов. Назначение, тематическая направленность и название конференции обычно определяют характер проведения и содержание обсуждаемых проблем.

Ядром конференции являются выступления авторитетов в сфере интересов собравшихся. Это могут быть достаточно известные ученые, топ-менеджеры ведущих в отрасли компаний, заинтересованных в развитии данного епархиального проекта, а также представители местных властных структур. Для охвата более узких интересов отдельных групп организуются секции, где участники, объединенные общими интересами, слушают и обсуждают выступления.

Спикеры, или докладчики, должны быть подготовлены настолько, чтобы их сообщения были содержательными и впечатляющими. Следует избегать банальностей, напыщенности, скуки и чрезмерной длительности докладов. Уровень интеллекта слушателей, наличие и качество синхронного перевода, уровень восприятия иностранного языка определяют оптимальную длительность докладов. Компьютерная презентация, слайды, видео и пленки/транспарантки, проектируемые на экран, существенно улучшают восприятие речи.

По материалам конференции, имеющей интерес более широкой аудитории, издаются сборники текстов-тезисов докладов, сведения об участниках.

Конференции, собирающие десятки и более сотни человек, требуют длительной подготовки. Организация крупных, и тем более международных конференций нередко начинается за много месяцев до начала. Информация о конференции вывешивается на интернет-сайте епархии. Потенциальным участникам рассылается извещение по электронной почте и другим каналам, содержащее тему, цели конференции, место проведения, примерную программу, ключевых спикеров, условия участия, в том числе цены. За несколько месяцев до начала конференции организаторы по полученным заявкам отбирают участников. После этого формируется окончательная программа, где расписан весь ход мероприятия (с указанием дней, часов, залов и докладчиков) – общие и секционные заседания, телемосты, завтраки, ланчи, обеды, приемы и, возможно, посещения лабораторий, заводов, компаний. За несколько недель все участники должны получить программу конференции.

Конференции являются средством поддержания связей, обсуждения и решения проблем в профессиональных, корпоративных, академических, деловых и политических сообществах..

Пример 5

В Сорбонне прошла конференция о социальном учении Русской Православной Церкви

На кафедре социологии религий и светскости Высшей школы практических исследований при парижском университете Сорбонна 20 марта 2009 года состоялся семинар, посвященный социальному учению Русской Православной Церкви. Модератором встречи выступил иеромонах Александр (Синяков), секретарь Корсунской епархии, при участии Валентины Зюбер, профессора религиозной социологии Сорбонны.



WWW.MOSPAT.RU



РУССКАЯ ПРАВОСЛАВНАЯ ЦЕРКОВЬ
АРХИВ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА МОСКОВСКОГО ПАТРИАРХАТА 1997—2009



ДОКУМЕНТЫ СВЯЩЕННОГО СИНОДА | МАТЕРИАЛЫ СОБОРОВ | ОФИЦИАЛЬНАЯ ПЕРЕПИСКА | ВЕРА И ЖИЗНЬ | ЦЕРКОВЬ И ОБЩЕСТВО

В Сорбонне прошла конференция о социальном учении Русской Православной Церкви

23.03.2009 - Архив 2005-2009, Новости с мест

На кафедре социологии религий и светскости Высшей школы практических исследований при парижском университете Сорбонна 20 марта 2009 года состоялся семинар, посвященный социальному учению Русской Православной Церкви. Модератором встречи выступил иеромонах Александр (Синяков), секретарь Корсунской епархии, при участии Валентины Зюбер, профессора религиозной социологии Сорбонны.

Иеромонах Александр изложил историю создания и содержание Основ социальной концепции Русской Православной Церкви, принятых Юбилейным Архиерейским Собором в 2000 году, а также рассказал о значении документа для церковно-общественного диалога в Европе. Отец Александр рассказал также студентам Сорбонны о деятельности представительства Московского Патриархата при европейских международных организациях в Брюсселе, сообщает пресс-служба Корсунской епархии.

«Основы социальной концепции» были переведены на французский язык, опубликованы в издательстве «Серф» и представлены в ноябре 2007 года в Париже митрополитом Смоленским и Калининградским Кириллом, нынешним Святейшим Патриархом Московским и всея Руси.

Служба коммуникации ОВЦС

КАЛЕНДАРЬ

2009											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2008											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2007											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2006											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2005											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2004											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2003											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
2002											
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Иеромонах Александр изложил историю создания и содержание Основ социальной концепции Русской Православной Церкви, принятых Юбилейным Архиерейским Собором в 2000 году, а также рассказал о значении документа для церковно-общественного диалога в Европе. Отец Александр рассказал также студентам Сорбонны о деятельности представительства Московского Патриархата при европейских международных организациях в Брюсселе, сообщает пресс-служба Корсунской епархии.

«Основы социальной концепции» были переведены на французский язык, опубликованы в издательстве «Серф» и представлены в ноябре 2007 года в Париже митрополитом Смоленским и Калининградским Кириллом, нынешним Святейшим Патриархом Московским и всея Руси.

Служба коммуникации ОВЦС

В Городце пройдет конференция, посвященная памяти святого благоверного князя Александра Невского

27 февраля 2009 года в Городце Нижегородской области пройдет конференция, посвященная теме «Александр Невский и Русь: живая связь в веках». В конференции примут участие научные сотрудники нижегородских вузов, архитекторы и историки.

Как сообщает сайт Нижегородской епархии, собравшиеся обсудят следующие темы: деятельность Александра Невского глазами современников и потомков; влияние образа благоверного князя на потомков; теория и практика изучения и сохранения культурного наследия городов, исторически связанных с именем святого Александра.

Служба коммуникации ОВЦС



WWW.MOSPAT.RU



РУССКАЯ ПРАВОСЛАВНАЯ ЦЕРКОВЬ

АРХИВ ОФИЦИАЛЬНОГО САЙТА МОСКОВСКОГО ПАТРИАРХАТА 1997—2009

ДОКУМЕНТЫ СВЯЩЕННОГО СИНОДА | МАТЕРИАЛЫ СОБОРОВ | ОФИЦИАЛЬНАЯ ПЕРЕПИСКА | ВЕРА И ЖИЗНЬ | ЦЕРКОВЬ И ОБЩЕСТВО

В Городце пройдет конференция, посвященная памяти святого благоверного князя Александра Невского

24.02.2009 - Архив 2005-2009, Новости с мест

27 февраля 2009 года в Городце Нижегородской области пройдет конференция, посвященная теме «Александр Невский и Русь: живая связь в веках». В конференции примут участие научные сотрудники нижегородских вузов, архитекторы и историки.

Как сообщает сайт Нижегородской епархии, собравшиеся обсудят следующие темы: деятельность Александра Невского глазами современников и потомков; влияние образа благоверного князя на потомков; теория и практика изучения и сохранения культурного наследия городов, исторически связанных с именем святого Александра.

Служба коммуникации ОВЦС

КАЛЕНДАРЬ

2009

1 · 2 · 3 · 4 · 5 · 6 · 7 · 8 · 9 · 10 · 11 · 12 ·

2008

1 · 2 · 3 · 4 · 5 · 6 · 7 · 8 · 9 · 10 · 11 · 12 ·

2007

1 · 2 · 3 · 4 · 5 · 6 · 7 · 8 · 9 · 10 · 11 · 12 ·

2006

1 · 2 · 3 · 4 · 5 · 6 · 7 · 8 · 9 · 10 · 11 · 12 ·

2005

1 · 2 · 3 · 4 · 5 · 6 · 7 · 8 · 9 · 10 · 11 · 12 ·

2004

Архиепископ Георгий провел заседание научно-методического совета областной Ассоциации православных гимназий (фото)

1 июля 2010 года архиепископ Нижегородский и Арзамасский Георгий в своей резиденции в Вознесенском Печерском мужском монастыре провел очередное заседание научно-методического совета Ассоциации православных гимназий Нижегородской области. Ассоциация была создана 1 марта 2010 года по благословению архиепископа Георгия.

Участниками мероприятия стали: первый заместитель руководителя отдела образования Нижегородской епархии протоиерей Алексей Горин, благочинный Семеновского и Арзамасского округов иерей Дмитрий Ивин, проректор Арзамасского педагогического института Татьяна Мигунова, президент Нижегородского лингвистического университета Геннадий Рябов, заместитель исполнительного директора Фонда преподобного Серафима Саровского Лариса Даль, представители НИРО и отдела образования Нижегородской епархии.



В ходе заседания были изучены вопросы формирования учебного плана православных образовательных учреждений епархии, его соответствие государственным образовательным стандартам и православному образовательному компоненту, формирования рабочих групп по созданию учебно-методических комплексов.

Пристальное внимание участников было приковано к вопросу содержания образования православных учебных заведений. Так, сотрудник епархиального отдела образования Наталья Малойкина доложила о подготовке пакета документов, регламентирующих правовую деятельность православных образовательных учреждений. В него входят учебный план, который включает обязательный православный компонент (вероучительные дисциплины и церковно-славянский язык), новая редакция устава, отражающая соответствие православных гимназий своему профилю, положение о приеме в православную гимназию и положение о гимназии.

Наталья Малойкина уточнила, что разработка этих документов, особенно учебного плана, велась при активной поддержке ведущих вузов и министерства образования Нижегородской области и уже получила одобрение Синодального отдела образования. Она также подчеркнула, что большую поддержку вузы оказали в разработке содержания базовых общобразовательных предметов в контексте православного мировоззрения.

Во время совещания высказывались противоположные мнения по поводу включения двух иностранных языков в учебную программу православных гимназий. Выслушав обе стороны, владыка Георгий признал, что изучение двух иностранных языков в гимназиях необходимо, так как православная гимназия — гуманитарное образовательное учреждение, где языковой подготовке должно уделяться большое внимание. Вопрос углубленности изучения языков, количества академических часов, по мнению владыки, должны регламентировать директора и завучи учебных заведений..

Дни открытых дверей

Участниками подобных мероприятий может стать широкая публика: от родственников тех, кто занят в его организации до важных персон, прибывших на него в сопровождении средств массовой информации.

Например, устраивая день открытых дверей в епархиальном училище или семинарии, гимназии, с одной стороны, готовится праздник для воспитанников, с другой – родственникам демонстрируются условия, в которых учатся их дети. Также у родителей появляется возможность познакомиться с профессорско-преподавательской корпорацией. Но помимо этого у епархии появляется возможность популяризировать духовное образование в обществе, познакомить людей с жизнью церковной молодежи, привлечь спонсоров к финансированию благотворительных проектов, добиться поддержки региональной администрации.

Организация дней открытых дверей предполагает разработку программы и сценария проведения этого мероприятия, назначение ведущих для общего и отдельных собраний публики по интересам. Ведущие собраний и выступающие должны подготовить тексты (или хотя бы тезисы) своих выступлений, а также ответы на наиболее вероятные вопросы посетителей.

Посещение рабочих мест публикой требует обеспечения безопасности, уборки и наличия сопровождающих, выполняющих функции хозяев по отношению к гостям. День открытых дверей – своего рода внутренняя экспозиция того или иного учреждения; демонстрация изнутри части церковной жизни внешней общественности изнутри.

Следует учесть, что большая часть посетителей не знакома с духовной школой в достаточной степени (поэтому они и пришли) и с трудом ориентируется в месторасположении помещений, коридоров и кабинетов. Для новых посетителей готовятся специальные информационные стенды, раздаточные буклеты, экземпляры внутренних изданий (газеты, буклеты), развешиваются указатели.

Пример 6

В Тамбовской областной духовной семинарии пройдет День открытых дверей

В этом году Тамбовская областная духовная семинария отмечает пятилетие со дня возрождения. Основные торжественные мероприятия по этому поводу запланированы на пасхальные праздники, однако подготовка к ним уже началась. Завтра в учебном заведении пройдет день открытых дверей. Всем пришедшим покажут жилые комнаты и ученические классы, расскажут про учебный процесс и досуг семинаристов, предоставят возможность пообщаться с преподавателями и духовными наставниками.

«Мы открываем свои двери для всех, от мала до велика. Иногда к нам приходят бабушки и дедушки, чтобы посмотреть, куда они своих внуков направляют. Иногда это бывают мамы, папы, вместе со своими детьми приходят. Иногда это взрослые люди, которые уже, как говорится, решили, что светское их уже не держит и они бы хотели пойти именно по этому пути», – говорит проректор Тамбовской духовной семинарии иерей Виктор Лисюнин.

The screenshot shows the website 'Вести Тамбов' with a navigation bar for 'РОССИЯ 1', 'РОССИЯ 2', 'РОССИЯ К', and 'РОССИЯ 24'. The date is '1 ноября 2010 г.'. The main headline reads: 'В Тамбовской областной духовной семинарии пройдет День открытых дверей'. Below the headline are three small images: a priest, a church building, and a group of people. To the right, there is a box for 'Служба новостей ТК "Россия 1"' with the phone number '(4752) 72-80-82'. On the left, there are two large time slots: '11:20' and '12:00' for Saturday. A 'Важно' (Important) section contains three bullet points: 'В Тамбове вспомнили жертв политических репрессий', 'В Тамбовской области обнаружен нумифицированный труп женщины', and 'Бюджет Тамбовской области будет социально ориентированным и дефицитным'.

9-11 ноября двери Свято-Владимирской семинарии (Православная Церковь в Америке) будут открыты для всех желающих поступить в это учебное заведение.

Осенью Свято-Владимирская Православная Богословская семинария проводит очередные «дни открытых дверей». Об этом сообщает официальный сайт семинарии.

The screenshot shows a browser window with the URL 'http://www.patriarchia.ru/db/print/145478.html'. The page title is 'Русская Православная Церковь' and the subtitle is 'Официальный сайт Московского Патриархата'. The main headline reads: '9-11 ноября двери Свято-Владимирской семинарии (Православная Церковь в Америке) будут открыты для всех желающих поступить в это учебное заведение'. Below the headline is a date '26 сентября 2006 г. 17:00' and a photo of a church. The text continues: 'Осенью Свято-Владимирская Православная Богословская семинария проводит очередные «дни открытых дверей». Об этом сообщает официальный сайт семинарии. 9-11 ноября любой желающий углубить свои познания о Православии и церковном служении получит возможность лично принять семинарский прием. Гости посетят учебные занятия, богослужения в домовой церкви, осмотрят семинарский кампус, встретятся с преподавателями и студентами. Им расскажут о программах, процедуре поступления и финансовой помощи, которая оказывается студентам. Желающие могут также договориться о собеседовании. Мероприятие проводится бесплатно. Участники оплачивают только проезд до семинарии. Патриархия.ru'.

9-11 ноября любой желающий углубить свои познания о Православии и церковном служении получит возможность лично принять участие в семинарской жизни. Гости посетят учебные занятия, богослужения в домовой церкви, осмотрят семинарский кампус, встретятся с преподавателями и студентами. Им расскажут об учебных программах, процедуре поступления и финансовой помощи, которая оказывается студентам. Желающие могут также договориться о собеседовании. Мероприятие проводится бесплатно. Участники оплачивают только проезд до семинарии.

Патриархия.ru

Круглые столы

Обсуждение актуальных социально-значимых проблем может быть организовано в форме круглого стола, участниками которого являются авторитетные представители епархии, академического сообщества, делового мира, государственной власти, общественных организаций, средств массовой информации. Подобные мероприятия относятся к одной из форм генерирования и многостороннего изучения идей, значимых для различных групп общественности.

Тема и обсуждаемые вопросы планируются и объявляются заранее и участников знакомят с ними до начала заседания. Это дает им возможность подготовить аргументы, материалы для демонстрации, цифры и факты, что делает заседание более интересным. Число участников может составлять от 6 до 14 человек. Таблички-идентификаторы имен и организаций облегчают процесс общения.

Работу круглого стола организует ведущий. Важно, чтобы он имел навыки управления аудиторией и дискуссией и, желательно, имел признанный авторитет модератора для всех участников. Иногда это можно поручить популярному местному телеведущему. Перед началом обсуждения и выступлений все участники должны коротко представиться всем присутствующим. Очередность представления может быть задана порядком сидящих – например, по часовой стрелке. Такая последовательность гарантирует, что никто не будет случайно пропущен. Ведущий предлагает участникам регламент дискуссии, объявляет вопросы для обсуждения и корректирует ход мероприятия.

Пример 7

Императорское православное палестинское общество провело круглый стол в Нижнем Новгороде

15 июня в Нижнем Новгороде в Вознесенском Печерском мужском монастыре состоялся круглый стол на тему «Не умолкну ради Сиона и ради Иерусалима не успокоюсь. Россия на Святой земле в прошлом и будущем».

Инициаторами его проведения выступили представители Иерусалимского и Нижегородского отделений Императорского православного палестинского общества (ИППО), а также член этого общества, наместник Печерского монастыря архимандрит Тихон (Затёкин).

Перед началом круглого стола он отслужил литию о почивших деятелях ИППО. Заседание открылось докладом председателя Иерусалимского отделения ИППО Павла Платонова. Он прилетел в Россию, чтобы принять участие в первой конференции ИППО, председателем комитета почетных членов которого является Патриарх Кирилл.

РУССКАЯ ПРАВОСЛАВНАЯ ЦЕРКОВЬ
НИЖЕГОРОДСКАЯ ЕПАРХИЯ

По святым местам Посмотреть видео По

15 июня 2010 года 17:17 Версия для печати

Императорское православное палестинское общество провело круглый стол в Нижнем Новгороде [фото](#) [видео](#)

Сайт Нижегородской епархии. Текст Светланы Высоцкой. Фото Артема Фалина.
15 июня в Нижнем Новгороде в Вознесенском Печерском мужском монастыре состоялся круглый стол «Не уюлокну ради Сиона и ради Иерусалима не успокоюсь. Россия на Святой земле в прошлом и будущем».

Инициаторами его проведения выступили представители Иерусалимского и Нижегородского отделений Императорского православного палестинского общества (ИППО), а также член этого общества, наместник Печерского монастыря архимандрит Тихон (Затёкин).

Перед началом круглого стола он отслужил литию о почивших деятелях ИППО. Заседание открылось докладом председателя Иерусалимского отделения ИППО Павла Платонова. Он прилетел в Россию, чтобы принять участие в первой конференции ИППО, председателем комитета почетных членов которого является Патриарх Кирилл.

С докладами на круглом столе выступили председатель Нижегородского отделения ИППО Олег Колобов и его заместитель Александр Корнилов. Архимандрит Тихон провел презентацию недавно выпущенной издательским отделом Нижегородской епархии книги «Августейшая паломница, Ея Императорское Высочество, Великая Княгиня Елисавета Феодоровна в Оптиной пустыни, Перми и Верхотурье». Как известно, великая княгиня была почетным членом ИППО и его председателем. Издательство планирует выпустить серию книг, посвященных паломничеству святой преподобномученицы Елисаветы Феодоровны.

С докладами на круглом столе выступили председатель Нижегородского отделения ИППО Олег Колобов и его заместитель Александр Корнилов. Архимандрит Тихон провел презентацию недавно выпущенной издательским отделом Нижегородской епархии книги «Августейшая паломница, Ея Императорское Высочество, Великая Княгиня Елисавета Феодоровна в Оптиной пустыни, Перми и Верхотурье». Как известно, великая княгиня была почетным членом ИППО и его председателем. Издательство планирует выпустить серию книг, посвященных паломничеству святой преподобномученицы Елисаветы Феодоровны.

В музее Нижегородской епархии, который расположен в Печерском монастыре, находится уникальная экспозиция, посвященная истории ИППО. Она работает около года. Как считают специалисты, подобная экспозиция есть только в Паломническом центре Московской Патриархии. По окончании круглого стола представители Нижегородского отделения ИППО передали в дар музею дополнительные экспонаты, посвященные истории общества.

«Мы хотели бы расширить экспозицию, но пока нам не позволяют сделать это музейные площади, – признался отец Тихон. – Однако со временем мы обязательно это сделаем».

«Прошедший круглый стол – подтверждение горизонтальных связей, существующих между Нижегородским и Иерусалимским отделениями ИППО, – сказал Александр Корнилов. – Нижегородское отделение ИППО провело два семинара в Иерусалиме, теперь председатель Иерусалимского отделения приехал к нам в Нижний Новгород»..

Успешное «специальное событие» требует подготовки более серьезной, чем это обычно предполагается зрителями, участниками и приглашенными. Начать следует с четкого определения цели мероприятия, согласования его со всеми заинтересованными сторонами. Цель нужно довести до сведения всех участников подготовки события. Это помогает избежать разнонаправленности действий и достичь принципиальной скоординированности усилий.

Цель может быть конкретизирована перечнем задач. Например, целью круглого стола может быть поиск путей решения социально значимых проблем. Это предполагает решение задач: пригласить представителей заинтересованных сторон, построить схему обсуждения проблемы, обеспечить информирование общественности о ходе и результатах дискуссии.

Цели и задачи «специального события» определяют круг участников и их роли, состав приглашенных. Далее разрабатывается детальная программа и сценарий, расписанный по минутам. Все возможные варианты отклонений от сценария необходимо предусмотреть заранее. События не должны выходить из-под контроля. Экспромтов и сюрпризов для организаторов специального мероприятия не должно существовать – их следует оставить только для публики.

Специально организованные события могут быть самыми разнообразными по видам, поводам и форме проведения. В качестве особых событий могут быть представлены различные годовщины и юбилеи, памятные даты епархии, выставки, ярмарки, благотворительные вечера, культурные, научные, спортивные мероприятия и конкурсы.

Особые епархиальные мероприятия для светских журналистов, пишущих на церковные темы

Семинары

При работе со средствами массовой информации можно столкнуться с проблемой непонимания светскими журналистами устройства Церкви, ее иерархии, смысла или значения определенных действий, в том числе при совершении богослужений. Нередко журналисты путают названия должностей, титулов, таинств не потому, что намеренно хотят ложно представить событие, а потому что находятся «не в теме». Чтобы сотрудничество между епархиальной пресс-службой и медиасообществом складывалось успешно, нужно собирать журналистов на тренинги, семинары, круглые столы, конференции, курсы повышения квалификации, на которых подробно обсуждать с ними проблемы сотрудничества, проводить разъяснительные беседы, рассказывать о жизни Церкви. То есть вести катехизаторскую работу, знакомя представителей средств массовой информации с основами Закона Божия, церковнославянским языком, богослужебным кругом, церковными праздниками, устройством храмов. Подобные встречи должны стать регулярными — не из года в год, а из месяца в месяц. Пусть они будут короткими по времени, не более часа, и посвящены одному вопросу. Это принесет больший результат, чем многочасовые конференции, но раз в год, на которых говорится все обо всем и ни о чем конкретно.

Темы семинаров подскажут все те же ошибки словоупотребления, которые встречаются в средствах массовой информации. Также правильным будет предупреждать их появление, собирая журналистов на тренинги накануне церковных праздников, епархиальных торжеств. Или, без привязки к церковному календарю, организовав мероприятие для изучения Закона Божия.

Пресс-туры

Для воцерковления журналистов, для налаживания контакта со средствами массовой информации, для того, чтобы представители медиасообщества не понаслышке знали епархиальную жизнь, деятельность епархиальных отделов и приходов, можно организовывать выездные мероприятия. Например, туры в епархиальные обители, паломничества к местным святыням. Следует приглашать их в разные епархиальные города, наглядно показывать жизнь епархии и правящего архиерея, которая не замыкается кафедральным городом, но распространяется по всему региону.

Нужно раздавать медиа-кит с подробными сведениями тех мест, которые обозначены в пунктах программы. Во время таких поездок следует обеспечить журналистов всем необходимым: питанием, средствами коммуникаций, организовать интервью с представителями епархии на местах. На протяжении пути помимо рассказов гида, особенно если приурочить пресс-тур к церковному празднику, журналистов можно на доступном языке проинформировать о сути чествуемого Церковью события и смысле торжества. Также в ходе подобных мероприятий у представителей епархиальных пресс-служб есть возможность ближе познакомиться с коллегами из светских средств массовой информации, узнать, чем живет то или иное издание, обменяться контактами.

Важно, чтобы посещение местных достопримечательностей производило на гостей неизгладимое благоприятное впечатление о деятельности епархии и, следовательно, о жизни Церкви и верующих людях.

Составление пресс-релизов и информационных сообщений для сайта

Осуществляя взаимодействие с журналистами, нужно помнить, что пресс-службе:

- не следует обрушивать на прессу шквал новостей;
- нужно понять, что является для журналистов новостями в подлинном смысле этого слова, и присылать им соответствующие пресс-релизы;
- предлагаемый для публикации материал должен быть удобным для чтения и использования;
- надобно следить за тем, не устарели ли рассылки материалов для средств массовой информации, в связи с чем установить четкие сроки направления региональным журналистам пресс-релизов, например, раз в неделю или раз в две недели;
- отправлять материал правильнее только одному журналисту в каждом средстве массовой информации – тому, с кем наиболее часто происходит общение представителей епархиальной пресс-службы или тому, кто уполномочен сотрудничать с епархией.

Помимо этого пресс-службе не следует просить журналистов выслать вырезки из опубликованных материалов – сотрудники епархиального информационного подразделения должны сами отслеживать публикации в прессе и заниматься составлением архива вырезок, фото-, аудио- и видеоматериалов.

Пресс-релиз

Журналисты смогут воспользоваться присланным пресс-релизом, если он будет составлен на понятном языке. Вот почему нужно стараться избегать специальной церковной лексики. Если же обойтись без этих слов невозможно, необходимо дать разъяснения, привести в сноске словарное значение слова с доступным, понятным толкованием его значения. Кроме того, в тексте нужно расшифровывать все аббревиатуры.

При создании пресс-релиза самую важную информацию следует приводить в начале сообщения. Правильный заголовок – это 90% успеха, и в нем должна быть заключена суть того события, о котором идет речь в тексте. Если он не интересен, новость, пусть даже и очень актуальная, останется без внимания. Однако не следует в погоне за популярностью делать вызывающие кричащие заголовки или вовсе искажать содержание пресс-релиза. Из двух зол в таком случае лучше выбрать скромное, но обстоятельное название текста.

В первом абзаце следует доходчиво и простым языком объяснить представителям медиасообщества «Что?», «Где?», «Когда?» происходит, КТО организует мероприятие и ЧТО собственно хотят от журналиста. Например, приглашая его на пресс-конференцию, надо написать так: «Приглашаем на пресс-конференцию (или иное другое мероприятие) такого-то числа во столько-то. Мероприятие пройдет по адресу такому-то (также можно приложить схему проезда и условия прохода на событие)». Первый абзац — это обобщение того, что журналист прочтет в последующем тексте.

Второй абзац должен показать, насколько важна деятельность правящего архиерея или епархиального управления по организации данного мероприятия, либо смысл события. Здесь можно привести краткую историческую справку, яркую цитату. Считается, что данный абзац является обоснованием необходимости мероприятия, поэтому в нем нужно упомянуть о том, что является ценностью для широкой общественности. Однако при этом следует помнить: в пресс-релизе не место банальностям или избитым штампам. Текст должен быть абсолютно оригинальным. Считается, что этот абзац самый большой в пресс-релизе. При этом не стоит раздувать его до половины страницы, информацию лучше сжать до пятнадцати строк.

В третьем абзаце уместно привести хорошо подобранные цифры или мнения уважаемых специалистов по представляемому вопросу. Однако пресс-служба не должна делать выводы или, заранее проговаривая, навязывать их журналистам. Руководствуясь данными, представленными информационным подразделением епархиального управления, медийщики сами должны сделать нужные выводы. Если журналисты сделают их не в том ключе, как предполагала пресс-служба, значит пресс-релиз был составлен не совсем точно.

Все последующие абзацы идут в нагрузку — самое главное надо было сказать выше, поэтому каждый последующий абзац менее ценен, чем предыдущий: редактор, в случае нехватки места на полосе, сокращает материал с конца.

При оформлении текста следует в правом верхнем углу написать «ПРЕСС-РЕЛИЗ» и дату его распространения. Это позволит избежать путаницы в редакции. Внизу под текстом нужно указать, от кого исходит информация (например, «пресс-служба NN-ой епархии»), а также контактные данные тех специалистов, которые при необходимости могут проконсультировать журналистов.

Пресс-релиз, в котором информации больше чем на одну страницу, мало интересен представителям медиасообщества: в нем либо все скучно изложено, либо даны исчерпывающие ответы, то есть журналисту не остается возможности задать свой вопрос. Особенно это актуально, когда пресс-релиз является приглашением на мероприятие. При таком раскла-

де сотрудники средств массовой информации могут переписать пресс-релиз своими словами, а на мероприятие вовсе не прийти.

Оптимальный формат текста — это страница 12-ым кеглем, распечатанный на бланке епархиального управления. Рассылка пресс-релизов осуществляется по факсу, электронной почте, реже — почтой. Помимо этого пресс-релизы, даже если они были заранее разосланы, раздаются еще раз журналистам перед началом мероприятия (их помещают в медиа-кит).

Конечно, внимание привлекает тот документ, который правильно и красиво оформлен. Однако все-таки нужно помнить, что в пресс-релизе главное — это текст. Поэтому нужно рассказать журналистам интересную историю, обозначив интригу, действующих лиц.

“Срочно”

Пометка “срочно” показывает получателю релиза, что материал необходимо использовать немедленно. Можно также указать конкретную дату публикации пресс-релиза. Злоупотреблять “срочностью” сообщения не стоит: данная пометка нужна только в том случае, если материал на самом деле имеет экстренную важность.

Пять главных вопросов

Кто вы?
Где вы находитесь?
Что вы хотите сказать?
Когда эта информация будет доступна?
Почему это должно быть интересно тем людям, которые читают, смотрят и слушают новости?

Пресс-релиз

Сообщение для прессы; информационное сообщение, содержащее в себе новость об епархии и, возможно, правящем архиерее, изложение их позиции по какому-либо вопросу и передаваемое для публикации в СМИ.

Отсутствие церковной лексики

Пресс-релиз должен быть составлен на хорошем литературном языке без слов, требующих дополнительной расшифровки.

Аннотация текста

В нескольких первых строчках релиза необходимо отразить суть рассказываемой истории. Без изложения деталей, которые потом можно включить во второй абзац, нужно дать сжатое пояснение о содержании мероприятия.

Пример 8

ПРЕСС-РЕЛИЗ
05 июля 2010

ПНВХ начал 2009 год ростом продаж

Несмотря на кризис, торговые марки Первого Национального Винодельческого Холдинга продолжают пользоваться популярностью потребителей. Так, продажи ТМ INKERMAN за январь 2009 года выросли на 68% в натуральном выражении по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. На 13% выросли продажи ТМ «Георгиевский» и на 20% ТМ ALeXX.

Инкерманский завод марочных вин в 2008 году произвел 6,63 млн. литров натуральных вин, превысив показатели 2007 года на 10%. За январь-декабрь 2008 года в Украине было продано 4,73 млн. литров, что равно приросту в 28%. Также 1,91 млн. литров было отправлено на экспорт. Рост продаж в январе 2009 был обеспечен как новой Коллекцией молодых вин, так и ростом продаж основной коллекции.

На украинском рынке тихих вин согласно данным MEMRB – ТМ INKERMAN лидирует в сегменте (17% рынка) сухих вин.

За 2008 год лидером коньячного рынка Украины АПФ «Таврия» (ТМ «Таврия», ТМ «Георгиевский», ТМ ALeXX) было произведено 6,66 млн. литров ординарных, марочных и коллекционных коньяков.

Несмотря на второе место по объемам производства, АПФ «Таврия» лидирует в продажах в натуральном выражении с долей в 23,5%. Опережение ближайшего конкурента составляет 3,5%. Это свидетельствует об ориентации коньячного бизнеса ПНВХ на реальные потребности рынка, а не на накопление продукции на складах. Будучи лидером в Украине, АПФ «Таврия» занимает пятое место по показателям продаж, уступая только известным Hennessy, RemyMartin, Martell и Courvoisier.

В планах ПНВХ на 2009 г. – увеличение продаж за счет развития экспортных направлений. Эксперт-винодел из Франции Рено-Паскуаль Музелар («Шато Лафит Ротшильд») считает, что вина ТМ INKERMAN уже готовы донести свою уникальность европейским потребителям. Позитивные результаты дегустация 2008 г. на InternationalWine & SpiritChallenge в Лондоне дают основания для освоения рынка Великобритании ТМ «Таврия», а ТМ ALeXX первой заняла уникальную нишу нестандартных коньяков в коктейльном стиле fusion в России.

СПРАВКА:

Первый Национальный Винодельческий Холдинг является владельцем таких торговых марок как INKERMAN – сухие марочные вина, «Таврия» – ординарные, ма-

рочные и коллекционные коньяки, «Георгиевский Кавалер» – коньяк «для сильных духом», «ALeXX» – первый креативный коньяк в стиле fusion. С 2005 года ПНВХ является эксклюзивным поставщиком продукции Remy Cointreau в Украине (коньяки Remy Martin, ликеры Cointreau, бренди Metaxa).

ПРЕСС-РЕЛИЗ

1 марта 2007

5 марта 2007 года в Зале церковных Соборов Храма Христа Спасителя под председательством Святейшего Патриарха Московского и всея Руси Алексия II состоится открытие XI Всемирного Русского Народного Собора. Работа Собора продлится до 7 марта.

В центре внимания участников Собора окажется актуальная и широко обсуждаемая в современном российском обществе тема – «Богатство и бедность: исторические вызовы России».

Чем богата Россия – только ресурсами и территорией, или прежде всего своими людьми, своими идеями, своим духовным наследием, которое может изменить будущее человечества? Как преодолеть разрыв между богатыми и бедными, расколовший общество на рубеже XX и XXI веков? Что для этого должны сделать государство, бизнес, общество, Церковь? Как избавить российскую экономику от ориентации лишь на экспорт сырья? Как сделать её экономикой знаний?

Как ответить на вызовы современного мира, в котором усиливается борьба между центром власти, объявившим себя единственным, и силами, настаивающими на многополярности? Существует ли особая русская цивилизация? Эти и другие вопросы будут рассмотрены в ходе работы секционных заседаний.

В работе Всемирного Русского Народного Собора традиционно принимают участие Священноначалие и духовенство Русской Православной Церкви, главы других традиционных религиозных общин России, представители высшего политического руководства страны, государственные деятели, лидеры общественных объединений и движений, известные представители мира науки, культуры, образования и здравоохранения, военачальники, предприниматели, профессура и студенчество, посланцы русских общин ближнего и дальнего зарубежья.

Собравшиеся обсудят такие аспекты экономического развития страны, как эффективное использование природных ресурсов, преодоление зависимости от экспорта сырья, развитие перерабатывающей промышленности, повышение уровня образования граждан и укрепление научной базы.

Участники уделяют особое внимание духовным основам жизни человека и общества, роли Православия в развитии нашей страны. Будут рассмотрены вопросы взаимоотношений разных народов и культур на территории нашего государства. Важное место среди обсуждаемых вопросов займет диалог между религиями и этносами России, а также современное состояние и перспективы развития межнационального и межрелигиозного взаимодействия в мировом масштабе.

Торжественное открытие заседаний XI соборного заседания ВРНС состоится 5 марта в Зале Церковных Соборов Храма Христа Спасителя в 11.00. Работа Собора будет проходить согласно принятой программе.

Информационное сообщение для сайта

Написание текстов для размещения в Web несколько отличается от стандартных правил создания статей для печатных средств массовой информации. Продиктовано это прежде всего тем, что аудитория сайтов заметно шире, и материал доступен большему количеству читателей.

Кроме того, статистические данные свидетельствуют о том, что восприятие информации с экрана компьютера приблизительно на 30% хуже, чем такой же информации, но в печатном виде. Помимо этого интерактивная среда заставляет пользователя постоянно реагировать на визуальные стимуляторы, к коим можно отнести и элементы дизайна, и ссылки в гипертексте. Перенасыщенность такими элементами, равно как и их недостаток воспринимаются одинаково плохо — в случае недостатка таких элементов растет информативность, но вместе с тем создается впечатление «массива информации», что является хорошим стимулом для прочтения материала до конца лишь в очень немногих случаях, связанных как раз с акцентированием на информации.

Если текст написан с целью сухой информации, без возможных дополнений и детальными описаний, без каких-либо визуальных указателей не обойтись. Они позволяют людям лучше ориентироваться в тексте, и в конечном итоге лучше понять изложенное. В сообщениях для Web такими элементами могут служить как элементы дизайна, ориентированные на восприятие читателем текста, так и некоторые правила. Например, употреблять простые слова и короткие предложения, материал делить на абзацы длиной не более 30-50 слов и максимально пользоваться возможностями структурирования статьи — использовать нумерованные списки, подписи к иллюстрациям как элементы информационного содержания.

Ниже приведем несколько требований к смысловой части информационного сообщения.

1. Нужно помнить, что для новости должен быть информационный повод. Новость должна нести практическую информацию.
2. Суть всего текста, сосредоточенная в одном предложении или словосочетании заключена в заголовке. Эта часть текста должна быть краткой, лаконичной и динамичной. Использование глагола делает заголовок живым и интересным.
3. После заголовка в тексте может быть лид¹⁵ (или лит¹⁶). Если он есть, то это — первый абзац (каким-либо способом выделенный) в материале.

15 от англ. Lead

16 Литературный абзац

- Он анонсирует содержание информационного сообщения. Лид всегда дополняет заголовок, помогает ему проанонсировать текст.
4. В основном тексте нужно изложить новость и необходимые подробности. Существуют:
 - жесткие новости, в которых автор отвечает на три вопроса: Что?, Где?, Когда?;
 - развернутые новости, в которых к трем предыдущим вопросам добавляются вопросы обстоятельства: что из этого выйдет (то есть перспективы, вытекающие из того события, о котором новость)? И почему? Иногда вместо этого вопроса приводится комментарий специалиста или мнение простых людей.
 5. Сообщение следует писать простым языком — однозначно, краткими предложениями, избегая лишних подробностей и слов. Ясно, просто, кратко, логично, без тавтологии. Чтобы получился гладкий текст, нужно его несколько раз внимательно прочитать.
 6. Оживить, «украсить» заметку можно цитированием в тексте мнения эксперта, организатора, а также участника мероприятия или заинтересованного лица.

Пример 9

Общecerковный суд оправдал ростовского священника, отменив решение епархиального суда

Москва. 16 июня. ИНТЕРФАКС — Общecerковный суд Русской православной церкви оправдал протоиерея Александра Тимченко, которого в прошлом году суд Ростовской епархии обвинил в нарушении апостольских правил.

В своем решении от 17 мая 2010 года, которое в среду было опубликовано на сайте патриарха Московского и всея Руси, общecerковный суд признал, что епархиальный суд в своем расследовании нарушений со стороны отца Александра „не принял во внимание показания свидетелей, готовых подтвердить невиновность обвиняемого лица, а также оставил без внимания некоторые документы, свидетельствующие о том же“.

В связи с этим общecerковный суд постановил „отменить решение епархиального церковного суда Ростовской-на-Дону епархии от 01.07.2009 г., касающееся протоиерея А.В. Тимченко, и прекратить производство по делу“.

В то же время суд признал „косвенную ответственность“ отца Александра за публикацию в Интернете статей, „содержащих оскорбительное описание действий“ архиепископа Ростовского Пантелеимона, и поставил этот факт „на вид“ протоиерею.

Архиепископу Владимирскому Евлогию поручено в течение месяца организовать встречу владыки Пантелеимона и отца Александра „для разрешения служебной ситуации последнего и, при необходимости, проведения примирительной процедуры“.

Как заявил корреспонденту „Интерфакс-Религия“ секретарь Управления делами Московской патриархии игумен Савва (Тутунов), дело, связанное с ростовским епархиальным судом, вызвало „наибольшее внимание“ со стороны общецерковного суда, по нему „был собран громадный материал, потребовавший длительно-го изучения“, и в итоге суд „пришел к выводу о ряде недоработок епархиального суда в исследовании дела и отменил решение суда, касавшееся дисциплинарного взыскания в отношении одного из клириков данной епархии“.

„Полагаю, что это решение является показателем необходимости повышения церковно-правового уровня церковных судей: для многих из них дело все же новое“, – подчеркнул отец Савва.

Собеседник агентства также обратил внимание на то, что общецерковный суд на своем первом заседании подтвердил решение суда Воронежской епархии об извержении из сана священника Андрея Шереметова, несмотря на апелляционную жалобу последнего.

„Дело об апелляции на решение епархиального суда Воронежской епархии продемонстрировало вдумчивую, непредвзятую и квалифицированную работу воронежских церковных судей. Общецерковный суд подтвердил правомерность их решения“, – отметил отец Савва.



2010-06-16 18:19:00

Общецерковный суд оправдал ростовского священника, отменив решение епархиального суда

Москва, 16 июня. ИИнтерфакс - Общецерковный суд Русской православной церкви оправдал протоиерея Александра Тимченко, которого в прошлом году суд Ростовской епархии обвинил в нарушении апостольских правил.

В своем решении от 17 мая 2010 года, которое в среду было опубликовано на сайте патриарха Московского и всея Руси, общецерковный суд признал, что епархиальный суд в своем расследовании нарушений со стороны отца Александра "не принял во внимание показания свидетелей, готовыл подтвердить невиновность обвиняемого лица, а также оставил без внимания некоторые документы, свидетельствующие о том же".

В связи с этим общецерковный суд постановил "отменить решение епархиального церковного суда Ростовской-на-Дону епархии от 01.07.2009 г., касающееся протоиерея А.В. Тимченко, и прекратить производство по делу".

В то же время суд признал "косвенную ответственность" отца Александра за публикацию в Интернете статей, "содержащих оскорбительное описание действий" архиепископа Ростовского Пантелеимона, и поставил этот факт "на вид" протоиерею.

Архиепископу Владимирскому Евдокиму поручено в течение месяца организовать встречу владыки Пантелеимона и отца Александра "для разрешения служебной ситуации последнего и, при необходимости, проведения примирительной процедуры".

Как заявил корреспонденту "Интерфакс-Религия" секретарь Управления делами Московской патриархии игумен Савва (Тутунов), дело, связанное с ростовским епархиальным судом, вызвало "наибольшее внимание" со стороны общецерковного суда, по нему "был собран громадный материал, потребовавший длительного изучения", и в итоге суд "пришел к выводу о ряде недоработок епархиального суда в исследовании дела и отменил решение суда, касавшееся дисциплинарного взыскания в отношении одного из клириков данной епархии".

"Полагаю, что это решение является показателем необходимости повышения церковно-правового уровня церковных судей: для многих из них дело все же новое", - подчеркнул отец Савва.

Собеседник агентства также обратил внимание на то, что общецерковный суд на своем первом заседании подтвердил решение суда Воронежской епархии об извержении из сана священника Андрея Шереметова, несмотря на апелляционную жалобу последнего.

"Дело об апелляции на решение епархиального суда Воронежской епархии продемонстрировало вдумчивую, непредвзятую и квалифицированную работу воронежских церковных судей. Общецерковный суд подтвердил правомерность их решения", - отметил отец Савва.

Если нужно опубликовать старую «новость»...

В заголовок выносят последствия происшедшего. Например, в декабре или спустя полгода необходимо опубликовать сообщение о том, что в сентябре прошлого года епархия подписала договор о сотрудничестве с какой-нибудь школой. Тогда текст следует начинать с сообщения о том, что свершившееся уже дает первые результаты (или принесет в ближайшем будущем в виде, допустим, совместных акций, указав сроки, когда это будет). Также в материале нужно изложить дополнительные статистические

сведения, комментарий специалиста. Кроме того, можно сравнить данное событие с другими похожими, сделав общие выводы.

Помимо этого данный прием можно использовать, когда на официальном сайте сразу по факту не опубликовали сообщение о назначении кого-нибудь на должность. Тогда можно рассказать об этом человеке и об указе правящего архиерея в контексте какого-нибудь профильного события, к которому этот специалист причастен, взять у него комментарий, привести его экспертную точку зрения. Данная формула действует и при подготовке материалов о присуждении каких-либо наград епархиальному духовенству, сотрудникам епархиальных учреждений.

При написании информационного сообщения следует избегать:

- восхваления своей деятельности, об объективном освещении жизни и деятельности епархии должны говорить факты;
- длинных, ни о чем не говорящих заголовков;
- излишних подробностей;
- отсутствия четкой структуры в тексте (когда автор сначала пишет об одном, а потом о другом, после чего возвращается к первому или вообще излагает третью проблему);
- постановки на сайт невычитанных текстов с орфографическими и стилистическими ошибками;
- игнорирования списка участников или информации о месте, времени и программе мероприятия, которому посвящена новость.

Структура официального сайта епархии

Официальный портал является визитной карточкой епархиального управления. Здесь должна быть логично и лаконично представлена информация о правящем архиерее, епархиальном управлении, епархиальных отделах, духовных учебных заведениях епархии, образовательных, социальных, культурных центрах епархии, благочиниях, приходах. Кроме обыденных исторических справок здесь своевременно — день в день — должна обновляться новостная лента.

Благодаря сайту, те, кто желает оказать помощь епархии, должны найти — увидеть — информацию о том, куда можно приложить свои силы: какой социальный, образовательный, культурный проект нуждается в благотворительности, как связаться с его координаторами, куда можно без посредников перечислить средства. Для этого на сайте необходимо организовать специальную рубрику для спонсорской поддержки.

Также сайт должен помочь всем тем, кто интересуется церковной жизнью региона, найти исчерпывающую информацию о местных святынях и достопримечательностях, как до них добраться, куда позвонить, чтобы заказать гостиницу или проконсультироваться по возникающим в дороге вопросам.

Необходимо следить за своевременным обновлением информации о жизнедеятельности приходов епархии. Открывая сайт, не должно складываться впечатление, что епархия закрыта на амбарный замок и не работает.

Для того, чтобы верующие региона знали о том, что происходит в Церкви, чем она живет, над чем работает Патриарх и Священноначалие, Синодальные отделы, их регулярно следует знакомить с общецерковными новостями. Помощником в этом деле может стать система трансляции новостей с официальных сайтов Патриархии и Синодальных учреждений.

Наконец, главный портал епархии должен стать помощником журналистскому сообществу. Здесь необходимо размещать пресс-релизы епархиальных событий, новости о деятельности правящего архиерея, фоторепортажи, при возможности видеосюжеты. Рубрика «Контакты» должна содержать действующие телефоны конкретных людей, а не общие телефоны справочных, на которые отвечает дежурный или сторож. Сайт призван помочь журналистам найти точную информацию, получить разъяснения, комментарий, познакомиться с экспертным мнением.

Не всегда на епархиальном сайте оправдана работа форума, так как сайт епархии — это официальный орган информации. Однако мнение пользователей помогает сайту понять, насколько он интересен, проанализировать слабые и сильные стороны епархиальной политики. При этом, если под новостью о деятельности правящего архиерея появится неблагопри-

ятный комментарий, это оставит неприятный осадок у других посетителей портала. Чтобы избежать этого, не игнорируя инициативность читателей, на видном месте можно разместить рубрику «обратная связь», открывая которую можно будет автоматически отправить письмо в редакцию сайта (пресс-службу). Также можно ввести премодерацию (предварительный просмотр) комментариев, оставляемых пользователями интернета.

В связи с вышеизложенным видится правильным разделить официальный сайт на несколько рубрик:

1. Правящий архиерей. Подрубрики:
 - биография;
 - служение;
 - интервью, проповеди, послания, труды;
 - встречи, мероприятия;
 - фотоальбом.
2. Епархиальное управление, епархиальные отделы, образовательные, социальные, культурные центры и иные епархиальные учреждения. Подрубрики:
 - история епархии;
 - деятельность;
 - проекты;
 - мероприятия;
 - фотоальбом.
3. Приходы: деятельность, проекты, мероприятия.
4. Епархиальное духовенство: интервью, труды, проповеди.
5. Православный календарь. Подрубрики:
 - месяцеслов;
 - жития святых;
 - рассказы о праздниках.
6. Общецерковные новости: деятельность и служение Патриарха, деятельность Синодальных отделов, актуальные интервью.
7. Контактные данные епархиального управления, епархиальных отделов, иных епархиальных учреждений, благочиний.
8. Благочиния. Подрубрики:
 - история благочиний;
 - биографии благочинных;
 - состав храмов с контактными данными приходов (телефоны, интернет-адреса страниц храмов), и указанием находящихся в них святынь.
9. Мониторинг региональной прессы: размещение публикаций об епархии, правящем архиерее, представителях епархии, священниках, хра-

мах (видится правильным републикация материалов нейтральной и положительной оценки).

В каждой новостной рубрике должен существовать архив, в котором сообщения размещены строго по дате публикации на сайте. Архив следует разделить по месяцам и годам или, что представляется наиболее удобным, разработав для рубрики специальный календарь.

На видном месте сайта нужно разместить строку поисковой системы по сайту, чтобы посетители легко могли найти необходимую информацию.

Следует избегать практики создания нескольких официальных сайтов епархии или перепоручения функций официального портала сайту кафедрального собора епархии. Подобное не только усложняет поиск нужной информации, вносит хаотичность в информационную деятельность епархии, но, прежде всего, способствует идеологическому разделению информационной стратегии епархии. Безусловно, должен быть организован и сайт кафедрального собора, и благочиний, и приходов (к этому нас призывает и Святейший Патриарх Кирилл¹⁷), однако подобно тому, как правящий архиерей, епархиальное управление объединяют всю церковную деятельность региона, так и официальный сайт епархии должен быть главным веб-узлом, на котором размещаются материалы об епархиальной жизни.

17 «...В каждом благочинии должен быть свой сайт. Если нет возможности создавать свою газету – часто это материально очень трудно – то создать сайт благочиния просто. Это обеспечивает обмен информацией: каждый может рассказать о своем приходе, об отмечаемых праздниках, о своих поездках, о своих проблемах. Вокруг этого может начаться дискуссия, участники которой будут обмениваться мнениями и давать советы. Кроме того, сайт должен быть доступен для мирян – это не закрытый клуб для священнослужителей. Здесь может быть и диалог с властями, обсуждение каких-то общественно значимых проблем – ведь возникают иногда и спорные вопросы, касающиеся недвижимости, земли...» – слово Святейшего Патриарха Кирилла на встрече с духовенством Тверской епархии (Тверь, 01 июля 2010 года).

Идеология сайта



Главная страница сайта



Блогосфера

Развитие информационной деятельности епархии сегодня невозможно представить без участия представителей епархии в дискуссиях блогосферы¹⁸.

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 открытую полемику с автором (в комментариях к блогзаписи или в своих блогах).

Разновидности блогов

1. По автору (авторам):
 - Личный (авторский, частный) блог – ведется одним лицом (как правило его владельцем).
 - Псевдоанонимный или «Призрачный» блог – ведется от имени какого-либо вымышленного лица или под псевдонимом.
 - Блог-подделка – открывается и ведется от имени известного героя или какой-либо персоны: популярного артиста, военного, политика или правителя.
 - Коллективный или социальный блог – ведется группой лиц по правилам, определяемым владельцем и модераторами.
 - Корпоративный блог – ведется сотрудниками одной организации.
 - Рекламный блог или пиар-блог – спланированное мероприятие от какой-либо компании, частного лица или группы заинтересованных лиц по завуалированной рекламе того или иного продукта и услуг через социальные сети интернета, который сродни созданию целенаправленного ложного «официального сайта» или «официальной интернет-странички».
2. По тематической направленности (обычно персональные блоги носят личный характер, однако в среде персональных, так же, как и в среде коллективных и корпоративных блогов, существуют специализированные блоги, посвященные определенным сферам жизни): политика, религия, быт, путешествия, мода, образование, культура.
3. По наличию/виду мультимедиа:
 - Текстовый блог – основное содержание составляют тексты.
 - Фотоблог – основное содержание составляют фотографии.

18 – Совокупность всех блогов.

- Музыкальный блог – основное содержание составляет музыка.
 - Подкаст и блогкастинг – основное содержание блога надиктовывается и выкладывается в виде MP3-файлов.
 - Видеооблог – основное содержание представлено в виде видеофайлов.
 - Спорт – основное содержание представлено в виде спортивных событий.
4. По особенностям контента¹⁹:
- Контентный блог – блог, публикующий первичный авторский контент.
 - Мониторинговый (ссылочный) блог – блог, основным контентом которого являются откомментированные ссылки на другие сайты.
 - Цитатный блог – блог, основным контентом которого являются цитаты из других блогов.
 - Тамблелог, Тамбллог, Тлог – почти то же самое, что и обычный блог, с одним отличием: запись в блоге может быть только определенного формата. Например, цитата, видео, ссылка, песня, разговор). Тамблелог – скорее не система типа дневника, а черновик или записная книжка.
 - Сплог – спам-блог.
5. По технической основе:
- Stand alone блог – блог на отдельном хостинге и «движке» («скрипт», «система управления контентом», «CMS», «контент менеджмент систем», «система управления сайтом»).
 - Блог на блог-платформе – блог, ведущийся на мощностях блог-службы (LiveJournal, LiveInternet, Blogger и др.).
 - Моблог – мобильный веблог, содержащий контент, размещаемый в интернете с мобильных или портативных устройств.

Исследователи называют несколько целей ведения людьми своих блогов:

- получение информации;
- чтение-развлечение;
- отслеживание реакции публики на те или иные действия (блоги представляют собой готовую огромную фокус-группу);
- чтение ради социализации, ощущения себя причастным к жизни известных людей.

Основное отличие блогов от обычных веб-страниц и интернет-форумов – связанные между собой блоги могут составлять динамичную всемирную информационную оболочку. Нередко здесь формируется отношение общества к тому или иному явлению, человеку.

¹⁹ Информационно значимое наполнение Интернета – тексты, графика, мультимедиа; существенными параметрами контента являются его объем, актуальность и релевантность.

Твиттинг

Также в интернете популярно общение посредством twitter (от англ. tweet – «щебетать», «болтать») – сайта, представляющего собой систему микроблогов и позволяющего пользователям отправлять короткие текстовые заметки (до 140 символов), используя веб-интерфейс, SMS, службы мгновенных сообщений или сторонние программы-клиенты. Сообщения в твиттере сразу отображаются на странице пользователя и мгновенно могут быть доставлены другим пользователям, которые подписаны на их получение. Доставка может происходить через сайт «Твиттер», службы мгновенных сообщений, SMS, RSS, электронную почту или через twitter-клиент. Твиттер часто используется для передачи новостей как личного, так и общественного значения. Благодаря twitter в интернете появился новый способ общения – «твиттинг» (от англ. twitting). Записи в Twitter индексируются поисковыми системами.

Текст для блога

Записи в блоге по форме отличаются от сообщений для официальных сайтов, газет и журналов. Ниже предлагается рассмотреть несколько факторов, позволяющих создавать интересные публикации для интернет-дневника.

1. Актуальность проблемы – блог будет иметь большую цитируемость, когда в нем размещаются материалы на злободневные темы.
2. Эксклюзивность – блог будет интересен читателям тогда, когда посты обновляются в день мероприятия, спустя некоторое время после его проведения, ведь в таком случае пользователи («френды») станут ориентироваться именно на эту информацию.
3. Аргументация – блог будет популярным, когда его посты²⁰ будут не абстрактными, а конкретными, основанными на фактах.

Особенности блоговых записей

При написании поста следует избегать длинных предложений (максимальный ориентир – одно предложение длиной в одну строку). Аргументы, подтверждающие изложенные доводы, должны быть сформированы четко, продуманно и убедительно. Важно использовать цифры и статистические данные, конкретные факты и случаи из жизни. Людям интересно узнавать новое и полезное, опыт жизни других.

Блоггинг приветствует пренебрежение стилистических штампов и употребление необычных словесных конструкций, аллегорий, сравнений. В дневниковых интернет-записях широко распространены такие приемы, как «вопрос-ответ». Кроме того, в блогосфере принято маркировать тек-

²⁰ Текст для блога

сты: степень восприятия усиливается, если ключевые моменты выделены полужирным или курсивом.

Так же, как и при написании текстов для сайтов и периодики, важен заголовок. В блоге им может стать интригующий читательскую аудиторию вопрос. В постах заголовками допускается делать не два-три слова, а целые фразы и выражения.

Для того, чтобы текст был прочитан внимательно, следует избегать больших абзацев. В противном случае он будет выглядеть излишне нагроможденным, и пользователи его лишь «проглядят», а не внимательно прочитают. Оптимальным форматом здесь являются абзацы длиной в одно-три предложения, которые между собой отделены дополнительным пробелом.

Всегда нужно помнить о том, что хорошее впечатление на блог производит грамотность. Вот почему, если у автора есть сомнения в отношении правильности использования каких-либо речевых оборотов, лучше их заменить или изложить иначе. Русский язык это позволяет сделать без потери смысла.

Основа блогосферы — это общение. Блог будет посещаемым, если его автор (авторы) участвует в тематических сообществах и дискуссиях, то есть епархиальной пресс-службе необходимо не только транслировать новости в блогосферу, но и мониторить виртуальную среду, а также вести диалоги с пользователями, разъяснять церковную жизнь, епархиальные события, деятельность правящего архиерея и представителей епархиального управления. В блогосфере важна частотность обновлений материалов. Так, популярные блоги («тысячники» — те, на новости которых подписано от тысячи пользователей) обновляются по несколько раз, а то и десятки раз в день.

Однако основным кредо блоггера должно стать уважение других пользователей, взаимных «френдов» или простых «захожан» блога информационной службы епархиального управления. Если по каким-то причинам позиции авторов не совпадают, неправильно развязывать агрессивную дискуссию и стремиться силой слова обратить на пусть истинный неверных. Навязывать свое мнение не всегда уместно. Важно участвовать в обсуждениях, представляя фактологическую информацию, а не импульсивно пытаться убеждать оппонента в его неправоте.

Примерная должностная инструкция пресс-секретаря епархиального управления

1. Пресс-секретарь епархиального управления (далее – Пресс-секретарь) является штатным сотрудником епархиального управления.
2. Основные обязанности Пресс-секретаря:
 - осуществление руководства пресс-службой епархиального управления;
 - осуществление взаимодействия с региональными средствами массовой информации (далее – СМИ), общественными организациями и объединениями региона;
 - мониторинг и анализ публикаций, радио- и телепередач (далее – публикации) СМИ региона, освещающих деятельность правящего архиерея, епархиального управления;
 - оперативное информирование правящего архиерея, руководства епархиального управления о позиции региональных СМИ и состоянии общественного мнения в регионе по отношению к деятельности правящего архиерея, епархиального управления;
 - реализация мер по формированию положительного общественного мнения о деятельности правящего архиерея, епархиального управления, иных епархиальных учреждений, благочиниях, священнослужителях епархии, а также о деятельности Русской Православной Церкви;
 - определение тематической направленности подготавливаемых публикаций исходя из Постановлений, Решений, Определений и иных документов Поместных и Архиерейских Соборов, Священного Синода, стратегических задач, поставленных Патриархом Московским и всея Руси и Священноначалием Русской Православной Церкви;
 - создание архива выступлений руководства правящего архиерея, епархиального управления в СМИ, в том числе аудио- и видеоматериалов и стенограмм пресс-конференций;
 - организация работы по размещению сообщений о деятельности правящего архиерея, епархиального управления в региональных СМИ;
 - организация информационного обеспечения официальных мероприятий с участием правящего архиерея, епархиального управления в регионе;
 - подготовка пресс-релизов, текстов официальных заявлений по актуальным вопросам, отнесенным к компетенции правящего архиерея, епархиального управления;
 - организация пресс-конференций, брифингов, круглых столов и иных мероприятий от правящего архиерея, епархиального управления;
 - выступление перед представителями СМИ с официальными заявлениями от имени правящего архиерея, епархиального управления;

- оказание методической помощи журналистам региональных СМИ, освещающим жизнь и деятельность правящего архиерея, епархиального управления;
- ежемесячная подготовка и представление правящему архиерею плана работы Пресс-службы с общественностью и СМИ (до 30 числа предшествующего месяца);
- ежегодная подготовка и представление правящему архиерею отчетов о работе с общественностью и СМИ (до 1 февраля текущего года);
- регулярное представление правящему архиерею, в епархиальное управление наиболее значимых публикаций региональных СМИ по церковной жизни региона (не реже одного раза в неделю);
- регулярная подготовка и представление правящему архиерею и в епархиальное управление кратких информационных сообщений по региональным проблемам церковной жизни (не реже 2 раз в неделю);
- оперативное представление правящему архиерею и в епархиальное управление об общественно значимых мероприятиях (коллегии, совещания, круглые столы, семинары, конференции, проверки, инспекции и др.), затрагивающих жизнь и деятельность епархии в частности и Церкви в целом;
- регулярная подготовка аналитических материалов (заготовок статей) по актуальной для региона общественной проблеме (не реже раза в месяц);
- оперативное информирование Управления делами Московской Патриархии, Синодального информационного отдела об информационной ситуации в регионе;
- представление по запросам Управления делами Московской Патриархии необходимой информации по проблемам церковной жизни в регионе;
- рецензирование всех епархиальных средств массовой информации;
- проверка епархиальных приходов на предмет распространения центральной церковной прессы, епархиальной прессы, а также выявление средств массовой информации, маскирующихся под православные и церковные.

3. Пресс-секретарь имеет возможность:

- получать от Управления делами Московской Патриархии, Синодального информационного отдела, а также других Синодальных учреждений — в сфере информационного взаимодействия — материалы по ключевым вопросам информационного обеспечения деятельности Русской Православной Церкви;
- получать консультации от сотрудников Управления делами Московской Патриархии, Синодального информационного отдела по проведению единой информационной политики Московского Патриархата и его епархиальных управлений;

- повышать квалификацию через участие в совещаниях, семинарах, круглых столах, организуемых Управлением делами Московской Патриархии и Синодальным информационным отделом;
 - получать от структурных подразделений епархиального управления и организаций, находящихся в его ведении, необходимые материалы и информацию для выполнения функциональных обязанностей;
 - получать доступ в установленном порядке к информационным ресурсам и банкам данных епархиального управления.
4. Пресс-секретарь несет ответственность за:
- результаты и эффективность деятельности пресс-службы;
 - обеспечение выполнения своих функциональных обязанностей, а также работы пресс-службы;
 - достоверность информации, предоставляемой в СМИ и в Управление делами Московской Патриархии, а также в Синодальный информационный отдел;
 - своевременное выполнение приказов, распоряжений и поручений Патриарха Московского и всея Руси, управляющего делами Московской Патриархии, правящего архиерея, секретаря епархиального управления, а также председателя Синодального информационного отдела.

Профессиональные характеристики пресс-секретаря епархиального управления



Заклучение

Еще в июне 2008 года руководителем пресс-службы Патриарха протоиереем Владимиром Вигилянским поднимался вопрос о необходимости выстраивания системы обмена опытом между епархиями в области информационной политики. Данный процесс «крайне необходим для миссионерского служения Церкви», ведь ежедневный труд на информационной ниве связывает воедино епархии, приходы и монастыри Русской Православной Церкви²¹, поэтому Управление делами Московской Патриархии и Синодальный информационный отдел предлагают стать участниками проекта по созданию полномасштабного документа, в котором будут тщательно выписаны формы деятельности епархиальных медийщиков.

К активному сотрудничеству авторы проекта приглашают представителей епархиальных пресс-служб — тех, кто находится на передовой, кто каждый день свидетельствует внешнему миру о жизни Церкви и ее служителей, кто регулярно со страниц газет, журналов и сайтов, из радиоприемников и с телеэкранов приглашает в церковную ограду алчущих и жаждущих познать Истину.

Направляйте отзывы и предложения **по адресу:** 119034, Москва, Чистый переулок, 5 с пометкой «в Управление делами Московской Патриархии» или по **e-mail:** pr.upravdelami@gmail.com.

21 Выступление на Архиерейском Соборе, 25 июня 2008 года: <http://www.patriarchia.ru/db/text/427291.html>

В помощь сотруднику епархиальной пресс-службы: краткий словарь терминов

Блогосфера – термин, обозначающий совокупность всех блогов как сообщество или социальную сеть. Существующие в мире десятки миллионов блогов обычно тесно связаны между собой, блогеры читают и комментируют друг друга, ссылаются друг на друга и таким образом создают свою субкультуру. Понятие блогосферы делает упор на одно из основных отличий блогов от обычных веб-страниц и интернет-форумов: связанные между собой блоги могут составлять динамичную всемирную информационную оболочку.

Брифинг – краткая встреча официальных лиц с представителями средств массовой информации.

Бэкграундер – общая информация об организации (точное название, профиль деятельности, интернет-адрес, краткая история, структура, список должностных лиц, фотографии фасада и прочее).

Выставка – показ достижений в области экономики, науки, техники, культуры, искусства и других областях общественной жизни.

День открытых дверей – посещение организации разными группами общественности: широкой публикой, родственниками занятых, потенциальными потребителями, важными персонами в сопровождении СМИ.

Интервью – опрос человека по профессиональной или личной тематике, проводящийся журналистом с целью публикации или вещания в средствах массовой информации, один из методов получения информации в журналистике. Если обратиться к семантике английского слова интервью, то оно состоит из префикса *inter*, имеющего значение взаимодействия, взаимонаправленности, и слова *view*, одно из значений которого – взгляд, мнение. Таким образом, интервью – обмен мнениями, взглядами, фактами, сведениями.

Интернет-презентация – представление информации на интернет-сайте организации.

Конференция – организованное собрание людей с целью ознакомления, обсуждения и распространения значимой научной, политической, деловой и культурной информации, представляемой авторитетными экспертами.

Круглый стол – одна из форм генерирования и многостороннего обсуждения идей, значимых для различных групп общественности. Характерно отсутствие четко определенных позиций; наличие лишь участников обсуждения; равенство позиций всех участников. Считается, что в процессе круглых столов оригинальные решения рождаются редко.

Медиа-карта – список средств массовой информации, оформленный в виде таблицы с графами: тираж (зона вещания, аудитория)²², периодичность (объ-

22 Графа «тираж» позволяет высчитать эффективность каждой публикации в конкретном средстве массовой информации (чем выше тираж, тем шире охват аудитории), однако часто редакции завышают свой тираж, поэтому реальная цифра почти всегда ниже той, которая обозначена официально.

ем суточного вещания)²³, день планерки²⁴, социальные рубрики, знакомый журналист, редактор, контакты.

Медиа-кит – информационный пакет для журналистов, содержащий бэкграундер, программу специального события, список участников с их краткой характеристикой, текст пресс-релиза, тезисы наиболее важных и интересных докладов.

Паблик рилейшнз (PR) – самостоятельная функция менеджмента по установлению и поддержанию коммуникаций между организацией и ее общественностью.

Паблицити – известность и популярность, создаваемые средствами массовой информации.

Посещения – ознакомление гостей с историей и культурой территории, на которой располагается организация, при проведении официальных встреч.

Презентация – представление организации, проекта, продукта, персоны аудитории.

Пресс-конференция – мероприятие для средств массовой информации, проводимое в случаях, когда есть общественно значимая новость, и организация или отдельная известная личность, непосредственно связанные с этой новостью, желают дать свои комментарии по этой новости, которые были бы интересны и важны для общественности.

Пресс-служба – отдел сбора и обработки информации по материалам печати.

Прием – это, как правило, организованное и заранее подготовленное хозяевами, совместное проведение времени представителей организации-хозяина и гостей, сопровождающееся угощением.

СМИ (медиа) – средства массовой информации (газеты, журналы, телевидение, радио).

Специальные события (special events) – это мероприятия, проводимые организацией в целях привлечения внимания общественности к самой организации, ее деятельности и продуктам.

Твиттер – сайт, представляющий собой систему микроблогов и позволяющий пользователям отправлять короткие текстовые заметки (до 140 символов), используя веб-интерфейс, SMS, службы мгновенных сообщений или сторонние программы-клиенты.

Фандрайзинг – сбор средств на решение социально-значимой проблемы или задачи.

²³ У ежедневников гораздо больше возможностей осветить мероприятие.

²⁴ В этот день журналисты собираются все вместе, чтобы обсудить вышедший из типографии номер и материалы для следующего номера. Если заинтересовать журналиста событием и информационным поводом до планерки, то для материала будет забронировано место в макете или эфирной сетке.

СОДЕРЖАНИЕ

Церковь в информационном поле	5
Епархиальная пресс-служба	7
Законодательные акты, регламентирующие работу пресс-службы	10
Общение с коллегами из светских пресс-служб	10
Взаимодействие с Синодальным информационным отделом	10
Формы взаимодействия	
со средствами массовой информации	12
Аккредитация журналистов	16
Организация мероприятий с участием средств массовой информации	18
Перечень наиболее приемлемых мероприятий с участием журналистов, которые может организовывать епархия	20
Пресс-конференция	20
Брифинг	26
Подход к прессе	28
Интервью	29
Церемонии открытия	32
Конференции	34
Дни открытых дверей	39
Круглые столы	41
Особые епархиальные мероприятия для светских журналистов, пишущих на церковные темы	44
Семинары	44
Пресс-туры	44
Составление пресс-релизов и информационных сообщений для сайта	46
Пресс-релиз	46
Информационное сообщение для сайта	51
Если нужно опубликовать старую «новость»...	53
Структура официального сайта епархии	55
Идеология сайта	58
Главная страница сайта	58
Блогосфера	59
Разновидности блогов	59
Твиттинг	61
Текст для блога	61
Особенности блоговых записей	61
Примерная должностная инструкция пресс-секретаря епархиального управления	63
Профессиональные характеристики пресс-секретаря епархиального управления	66
Заключение	67
В помощь сотруднику епархиальной пресс-службы: краткий словарь терминов	68

