



Правила общения со СМИ

Стратегия работы со СМИ

ЕЖЕДНЕВНЫЕ ЗАДАЧИ:

- реагировать на заявки СМИ
- развивать соцсети
- предлагать собственный контент к инфоповодам (начало сезона, таяние льда, день пропавших детей, день рождения отряда и т.д.) – таким образом мы создаём контролируемый поток информации об отряде

В ПЕРСПЕКТИВЕ:

- удобный фотоархив
- банк материалов с шаблонами по классическим темам (что делать, если потерялся, как не потерялся, статистика и тд)
- полная база публикаций о ЛА
- дайджесты публикаций о ЛА
- регулярные отчёты и видеоотчёты в соцсетях
- налаженное общение со звёздами, совместные мероприятия



Базовые принципы

1. Комментарии и интервью СМИ дают координаторы и руководители направлений, при резонансах – координаторы по согласованию с группой СМИ/ответственными по СМИ того, о чём говорить
2. Поисковики, инфорги, инструкторы, операторы горячей линии – по согласованию с координатором, старшим направления, группой СМИ или ответственными по СМИ
3. Если СМИ просит комментарий, его следует направлять **на поиске** к координатору, в группу СМИ/к ответственному по СМИ, **во всех остальных случаях** – в 8800 и в группу СМИ/к ответственному по СМИ



Основное о «Лиза Алерт»

- Отряд создан в октябре 2010 года после гибели 5-летней Лизы Фомкиной в Орехово-Зуево, назван в её честь
- Мы общественная волонтерская организация (не фонд)
- Мы называемся **добровольческий** (не добровольный) **поисково-спасательный отряд «Лиза Алерт»**. Мы «Лиза АлЕрт». Мы не склоняемся по падежам – «я пришёл в «Лиза Алерт», «мы в «Лиза Алерт»
- У нас нет счетов, виртуальных кошельков, юридического лица; у нас всё бесплатно
- В 2017 году более 10 000 человек участвовали в поисках ЛА более одного раза. Отряд есть в 46 регионах, в день приходит от 20 до 145 заявок на поиск (в зависимости от сезона), за время существования ЛА при нашем участии найдены живыми ок. 20 000
- В 2017 принято 9406 заявок, найдены живыми 7151
- В 2017 суточный максимум заявок – 145 (рекорд), из них 117 – лес
- По словам служб, в России ежегодно пропадает от 60 до 120 000 человек
- Дети составляют примерно четверть пропавших
- От времени начала поиска зависит успешность: 95% в первые сутки, менее 50 на третьи
- Мы не супермены, в отряде найдётся дело для каждого, не требуется особых навыков и оборудования
- Говоря об отряде, помните, что отряд – это не «Я», а «Мы», успех на поиске – результат работы многих людей



Что НЕЛЬЗЯ делать с журналистами

- Вступать в конфликт
- Троллить
- Неоднозначно шутить
- Откровенничать
- Использовать отрядный жаргон («двухсотый», «работаем на лежащего», «подняли бабу» и так далее) и прибегать к чёрному юмору
- Комментировать действия других отрядов (кроме отдельных случаев) и ругать службы (по согласованию с руководством). Ответ на вопрос о службах – мы взаимодействуем, а не боремся, может, где-то такое есть, но у нас в области нет
- Сообщать подробности жизни потерявшегося и его родственников, обстоятельства пропажи или гибели
- Делиться догадками по поводу пропажи/гибели потерявшегося
- Давать контакты заявителей или потерявшегося (исключение – по согласованию с заявителями и группой СМИ после окончания поисков)



Что иметь в виду

- Всё, что вы скажете, может быть использовано против вас
- Всё, что вы напишете в соцсетях или в личной переписке с журналистом, может быть использовано против вас
- У журналиста, как правило, нет задачи написать хвалебный текст про отряд. В лучшем случае он хочет разобраться и написать как есть. Он также может: искать сенсацию, писать об отряде как об экзотическом явлении, пытаться получить неэтичными способами информацию о пропавших и т. д.
- Журналист может в соответствии со своими задачами, установкой руководства, администрации, служб отказываться называть имя отряда в публикации/сюжете, принижать роль отряда, искажать информацию о ходе поиска
- Поражение нужно превратить в победу. «Почему не нашли ребёнка?» – «Мы сделали всё от нас зависящее (перечислить, что, сколько было задействовано людей), но мы не всемогущи, нам очень нужна помощь волонтеров, при наших объемах поиска неизбежны потери...» и т. д.
- Вступая в дискуссию в соцсетях, вы оказываетесь перед необходимостью отвечать. Умные аргументы могут быть побиты истерическими воплями (см. телевизионные ток-шоу). Очевидный бред игнорировать
- Человек в отрядной одежде и на машине с отрядными наклейками – лицо отряда, по нему будут судить о всех нас. Поэтому в отрядной атрибутике нельзя пить, безобразно себя вести и особенно – снимать всё это и выкладывать в соцсети или общаться при этом с журналистами



Мы не сотрудничаем с:

- **LifeNews** (возможные названия: «Известия», «Русская служба новостей», Life, News Media), телеграмм-канал **Mash**
- программами «Пусть говорят» и «Прямой эфир»,
- ток-шоу «Мужское/женское» и любыми ток-шоу, где предполагается обсуждать подробности резонансных поисков.
- С осторожностью участвуем в развлекательных программах, особенно связанных с разыгрыванием денежных призов
- Вопрос о включении СМИ в чёрный список решается коллегиально с привлечением группы СМИ, после многочисленных попыток решить его иначе, и является крайней мерой. СМИ, которое неверно осветило наше участие в поиске или не назвало в репортаже отряд, при этом может с удовольствием напечатать текст с нашими рекомендациями по безопасности. Главное основание – систематические попытки получить с нас «жареные» подробности, в том числе обманным путём

При резонансе журналисты могут напрямую связываться с участниками поисков (телефоны на форуме), могут представляться не журналистами, а кем-то ещё (особенно любит это делать Life). При инструктаже групп требовать, чтобы участники поисков отправляли СМИ к вам и не давали комментариев по телефону, при странных звонках направляли всех в 8800.

Темы, на которые мы не говорим

- 1) Политика
- 2) Религия

«Лиза Алерт» вне политики и религии. Везде, где мы можем быть использованы для поддержки тех или иных политических или религиозных взглядов или для борьбы с ними, мы не участвуем. Если мы случайным образом оказываемся втянуты в такое обсуждение, мы отказываемся комментировать и объясняем, что мы вне политики и вне религии (политика: кроме особых случаев, согласованных с руководством отряда)



Наша позиция по закону о волонтерстве

26 января Госдума РФ одобрила в третьем окончательном чтении законопроект по вопросам добровольчества. Документ уравнивает понятия «волонтерство» и «добровольчество», устанавливает нормы о формировании и ведении единой информационной системы, а также определяет статус волонтерских организаций.

Позиция отряда по этому закону такова: в нынешнем виде в нем нет ничего, что ограничивало бы нашу деятельность, но сама идея государственного регулирования "доброй воли" — опасная и странная. Чем меньше мы привлекаем внимание властей, тем нам проще существовать и выполнять свои функции. Вмешательство государства может повлечь за собой ограничения и тормозящие механизмы для нашей работы. Любые попытки государства регулировать добровольческую деятельность страны и не нужны. В странах, где таких законов нет, добровольчество развивается интенсивнее.

- Интервью ГБ проекту «Соль»: salt.zone/news/10805

Посты в личных аккаунтах соцсетей

Часто такие посты становятся инфоповодами. Эмоциональные реплики или отчёты о поисках пишутся на холодную голову, с учётом возможных последствий и после анализа того, каким образом ваш текст может быть перетолкован журналистами



Конфиденциальность

- Мы не сообщаем журналистам обстоятельства пропажи, подробности частной жизни и состояния здоровья по текущим поискам, и мы с уважением относимся к найденным, живым и погибшим, а также к их родственникам, поэтому не разглашаем информацию об обстоятельствах гибели и другие «жёлтые» подробности – алкоголь, наркотики, любовник и т. д. Этот текст прочитают родственники человека, которого мы искали, подумайте об этом.
- Наше молчание – гарантия доверия к отряду, а также важный фактор в отношениях с органами
- Если мы сообщаем подробности (без имён), мы это делаем зачем-то (например, как пример на лекции для родителей)



Журналист на поиске

- Координатор должен предупредить участников ПСР о присутствии прессы и напомнить, что мы не разглашаем обстоятельства частной жизни потерявшихся, попросить воздержаться от чёрного юмора и неуважительных высказываний в адрес потерявшегося и заявителей, объяснить, чтобы с просьбами прокомментировать отправляли к нему
- Журналист, как правило, не подготовлен – плохо одет, физически не готов, у него нет с собой еды, питья (предупредить заранее, чтобы нормально оделся, если не услышал – не пускать в лес)
- Журналист хочет красивую картинку, может просить зайти в лес ещё раз «с более мужественными лицами» (объяснить, что поиск – мероприятие повышенной опасности и оперативного реагирования, объяснить, почему это невозможно)
- Журналист ждёт моментального результата (сразу объяснить, чтобы не ждал)
- Журналист ищет возможности пообщаться с поисковиками (ставить в «лису» с проверенными людьми)
- Журналист не готов ходить по лесу пять часов (если нет возможности отправить с поисковиком, который вернёт его в штаб через час, не пускать в лес)
- Журналист везде лезет, суёт свой нос куда не просят, путается под ногами и т. д. Он это делает не из вредности (понять и простить; если показать журналисту, что вы готовы помогать ему по возможности и выдать резиновые сапоги, он ваш)
- Возьмите контакт журналиста и пообещайте позвонить по результатам поиска



Резонансный поиск

- При резонансе иногда возникает необходимость верифицировать человека, представляющегося журналистом, если есть сомнения, что он тот, за кого себя выдаёт: записать информацию о звонящем, его телефон, установить через интернет или по звонку в редакцию, является ли он тем, кем представляется
- Координатор, инфорг, группа СМИ или ответственный по СМИ вместе решают, что говорить, чтобы не расходиться в информации
- Мы отслеживаем то, что сообщают в открытых источниках СК и МВД, и идём на шаг позади них в трансляции информации
- Со всеми вопросами, касающимися подробностей поиска, мы отправляем в МВД/СК и открытым источникам
- Цели две: первая – сохранять понимание того, что в ЛА никогда не сообщают о подробностях частной жизни и обстоятельствах пропажи/нахождения, вторая – не дать возможности СК и МВД утверждать, что мы, выдавая информацию, мешаем ходу следствия. Исходя из последнего, мы сообщаем о гибели потерявшегося только после установления факта смерти МВД (кроме особых случаев)
- Мы с удовольствием рассказываем о своих действиях в процессе ПСР: сколько человек приехало, какая техника задействована, что было сделано, какие задачи закрыты, сколько километров прочёсано...



Инфоповоды

Если вы хотите, чтобы об отряде писали, причём в желаемом для нас ключе, **создавайте инфоповоды и используйте имеющиеся**. Группа СМИ будет стараться делать рассылки к следующим событиям: день рождения отряда, номинирование на «Оскар» «Нелюбви», начало/конец лесного сезона, начало таяния льда, день пропавших детей, учения и т. д., однако у вас наверняка есть региональные поводы – учения, крупное городское мероприятие, перед которым можно напомнить, как не потерять ребёнка, «Школа «Лиза Алерт» и т. д.

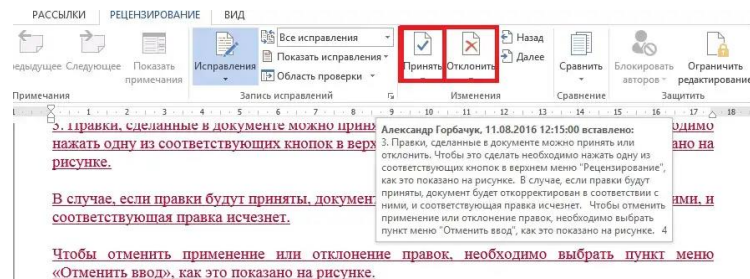
Требуйте/просите/настаивайте

- Соглашаясь на интервью и особенно съёмки, делайте это при условии упоминания отряда. Мы не «волонтёры» или «добровольцы» - мы «Лиза Алерт»
- Просите в конце статьи о нас разместить номер горячей линии **88007005452**
- Старайтесь договориться с журналистом о том, чтобы он прислал вам и/или в группу СМИ **pressa.lizaalert@gmail.com** текст на ознакомление. Он имеет полное право этого не делать, это его добрая воля



Работа с текстом, который прислали прочитать

- Проверяйте имена, даты, цифры, названия
- Не усердствуйте с правками, журналисты этого не любят, орфографию и пунктуацию оставьте корректору (кроме особых случаев)
- Если затруднения, присылайте нам в pressa.lizaalert@gmail.com



Помогите нам

- ОТЧЁТЫ! Очень ждём от координаторов, инфоргов и других участников поиска, с живыми эмоциями. Отправлять вашему старшему по СМИ или на **pressa.lizaalert@gmail.com**
- Присылайте данные журналистов вашего региона на **pressa.lizaalert@gmail.com** и **Александрю Сайганову** **Шта org@mail.ru**
- Присылайте ссылки на публикации о «Лиза Алерт» на **pressa.lizaalert@gmail.com** и **Александрю Сайганову** **Шта org@mail.ru** для базы публикаций и базы СМИ

*Ваша
группа СМИ*

