



# «Организация работы со СМИ»

Тема № 1 «Организация деятельности пресс-службы МЧС России»

2012 г.



## Учебные вопросы:

1. Пресс-служба МЧС России: структура, основные цели и задачи. Документы, регламентирующие деятельность пресс-службы МЧС России.
2. Взаимодействие информационных подразделений территориальных органов МЧС России со средствами массовой информации
3. Повседневная деятельность пресс-службы

*Правду можно  
говорить лишь  
тем, кто имеет  
право на эту  
правду.*



Шарль Морис Талейран-Перигор

# Пирамида Маслоу\*

(учет воздействия на человека путем  
воздействия на его потребности)

## Уровни потребности

### человека:

- 5 - самореализация
- 4 – уважение
- 3 – социальный
- 2 – безопасность
- 1 – физиологические потребности



\* Абрахам Маслоу (Авраам Маслов) (англ. Abraham Maslow; 1908- 1970) — видный американский психолог, основатель гуманистической психологии.



Информационное поле – это совокупность субъектов, охватываемых целевым или случайным информационным воздействием со стороны его инициатора.

Схема коммуникативной модели общественной информации (public information model):  
объект информационного поля: пресс-служба, СМИ; субъект информационного воздействия.

Это самая простая информационная модель, позволяющая с помощью специальных механизмов реализовывать интересы инициатора.

Различие в целях и способах подачи информации среди ключевых инициаторов

|                           | Реклама                                    | Журналистика                      | PR                              |
|---------------------------|--|-----------------------------------|---------------------------------|
| Цели:                     | Вызывать деятельность, реакцию потребителя | Формирование общественного мнения | Формирование нужного имиджа     |
| Способ подачи информации: | Говорить правду                            | Говорить всю правду               | Говорить правду и только правду |



## Механизмы управления информационными потоками.

- Формирование собственного информационного потока.
- Сегментация информационного потока,  
манипулирование информацией.





## Пресс-служба МЧС России: структура, основные цели и задачи. Документы, регламентирующие деятельность пресс-службы МЧС России.

Федеральный закон «О защите населения и территории от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера»

### **Статья 6. Гласность и информация в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций**

Информацию в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций составляют сведения о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях, их последствиях, а также сведения о радиационной, химической, медико - биологической, взрывной, пожарной и экологической безопасности на соответствующих территориях.

Информация в области защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, а также о деятельности федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации, органов местного самоуправления и организаций в этой области является гласной и открытой, если иное не предусмотрено законодательством Российской Федерации.



В настоящее время в МЧС России основным подразделением, осуществляющем информирование о деятельности министерства, определяющим стратегию и тактику деятельности информационных подразделений в территориальных органах, является **Управление информации МЧС России.**

**Осуществляет:**

- взаимодействие со средствами массовой информации и общественностью по вопросам пропаганды в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций и обеспечения пожарной безопасности, а также в области гражданской обороны и обеспечения безопасности людей на водных объектах;
- оперативное информирование населения через средства массовой информации о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях и ходе работ по ликвидации их последствий;
- оперативное и всестороннее информирование сотрудников МЧС России об основных направлениях деятельности, нововведениях и решениях руководства по развитию системы МЧС России.

**Организует:**

регулярное освещение в средствах массовой информации и доведение до общественности информации о деятельности МЧС России по реализации возложенных на него задач; пропаганду с использованием имеющихся информационных ресурсов, в том числе наружных информационных табло, щитов и плакатов в местах с массовым пребыванием людей, рекламу безопасного поведения при чрезвычайных ситуациях на транспортных средствах.





# Структура управления информации МЧС России

|  |   |  |
|--|---|--|
| <b>Начальник Управления</b>  |   |  |
| Заместитель начальника управления  | Заместитель начальника управления   |  |
| <b>Референт</b>  |   |  |
| <b>Ведущий советник</b>  |   |  |
| Отдел координации деятельности по информированию населения и взаимодействия со СМИ | Отдел внутренней информационной политики и координации деятельности информационных подразделений территориальных органов МЧС России | Отдел аналитики, пропаганды и специальных проектов |



Приказом Министерства Российской Федерации по делам гражданской обороны, чрезвычайным ситуациям и ликвидации последствий стихийных бедствий от 19 июля 2010 года № 333 в декабре 2010 года создано государственное учреждение «Объединенная редакция МЧС России».

Учреждение включает:

газету «Спасатель МЧС России»,

журналы «Гражданская защита», «Пожарное дело» и «Вестник МЧС России»,

интернет-портал «МЧС-медиа»,

интернет-телевизионный канал (ИТВК) «МЧС-112.TV»

интернет-радиостанция "Крепкое Радио"



## Нормативные правовые акты, которыми руководствуется пресс-служба МЧС России в повседневной деятельности:

- Конституция Российской Федерации.
- Федеральный закон Российской Федерации от 21 декабря 1994 года № 69-ФЗ «О пожарной безопасности».
- Федеральный закон Российской Федерации от 21 декабря 1994 года N 68-ФЗ «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера».
- Федеральный закон Российской Федерации от 1 апреля 2012 года № 23-ФЗ «О внесении изменений в федеральный закон "О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера"».
- Федеральный закон Российской Федерации от 27 июля 2006 года № 149-ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации".
- Федеральный закон Российской Федерации 9 февраля 2009 г. N 8-ФЗ" Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления".
- Федеральный закон Российской Федерации от 22 августа 1995 г. N 151-ФЗ "Об аварийно-спасательных службах и статусе спасателей" (с изменениями и дополнениями).
- Федеральный закон Российской Федерации от 27 декабря 1991 г. N 2124-1 «О средствах массовой информации».
- Федеральный закон Российской Федерации от 07 июля 2003 г. N 126-ФЗ «О связи».
- Приказ МЧС России от 29 июня 2006 г. № 386 "Об утверждении административного регламента МЧС России по исполнению государственной функции по организации информирования населения через средства массовой информации и по иным каналам о прогнозируемых и возникших чрезвычайных ситуациях и пожарах, мерах по обеспечению безопасности населения и территорий, приемах и способах защиты, а также пропаганде в области гражданской обороны, защиты населения и территорий от чрезвычайных ситуаций, обеспечения пожарной безопасности и безопасности людей на водных объектах".



## Взаимодействие информационных подразделений территориальных органов МЧС России со средствами массовой информации.

Двумя основными задачами любой пресс-службы является, во-первых, обеспечение журналистов полной и оперативной информацией о деятельности своей организации, и, во-вторых, создание оптимальных условий для работы специалистов медиа.

**Основной задачей СМИ** является передача информации потребителям через различные каналы коммуникации (телевидение, Интернет, радио, печатные издания).

Наряду с этим СМИ выполняют определенные функции:

- информационная функция (сообщение о положении дел в обществе, о произошедших событиях и др.);
- валюативная функция (изложение фактов может сопровождаться комментариями и оценкой);
- познавательно-просветительская функция (СМИ обогащают новыми культурными, экономическими, политическими и другими знаниями своих потребителей);
- функция воздействия (способность СМИ влиять на сознание общества);
- гедонистическая функция (потребитель получает удовольствие от информации, отвечающей его этическим потребностям).





## Концепция информационной политики МЧС России определяет:

Основными задачами информационных подразделений в работе со СМИ считать:

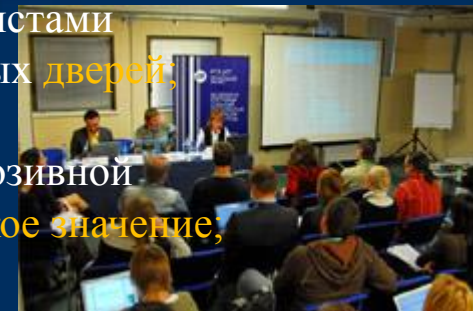
- укрепление позитивного образа МЧС России. Регулярное и убедительное подтверждение в общественном сознании уверенности в том, что МЧС России является мощной, компетентной, эффективной и перспективной организацией;
- представление общественному мнению научно-технических и кадровых ресурсов МЧС России;
- популяризацию через СМИ профессий пожарного и спасателя, других профессий в системе МЧС России;
- всестороннее и многоплановое освещение деятельности МЧС России в средствах массовой информации, продолжение сотрудничества с федеральными и региональными телерадиокомпаниями, редакциями печатных изданий, уделить особое внимание федеральным СМИ («Первый канал», «ВГТРК «Россия», «НТВ»);
- расширение информационного обеспечения действий сил РСЧС при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;
- информационное хода учений по основным направлениям деятельности МЧС России

## Основные принципы взаимодействия со СМИ:

- доступность и открытость руководства и сотрудников для СМИ;
- оперативность в подаче материала, своевременность освещения значимых событий;
- предоставление информации, имеющей общественное и научно-практическое значение;
- поддержание творческих контактов с представителями СМИ: корреспондентами, журналистами, руководителями информационных отделов.

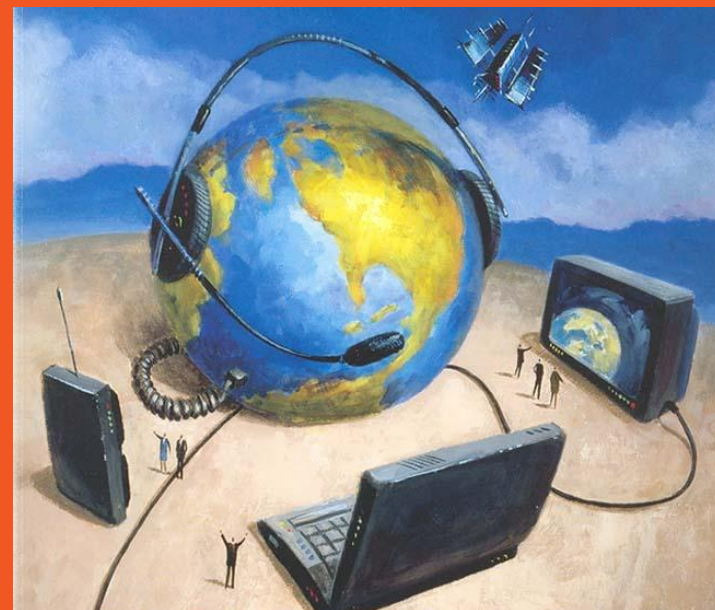
## Методы взаимодействия со СМИ:

- организация пресс-конференций, брифингов, рабочих встреч с журналистами руководителей ТО МЧС России, проведение пресс-туров, дней открытых дверей;
- интервью (очное, заочное);
- помощь журналистам в подготовке материалов, предоставление эксклюзивной информации о событиях, имеющих общественное и научно-практическое значение;
- моральное и материальное поощрение журналистов;
- поддержание рабочих контактов с представителями пресс-служб местных органов государственной исполнительной власти для использования их возможностей;
- подготовка публикаций по вопросам пропаганды в области предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций и обеспечения пожарной безопасности, а также в области гражданской обороны и обеспечения безопасности людей на водных объектах



## Виды информационных сообщений для СМИ:

- пресс-релизы (пост-релизы);
- информационные сообщения по итогам деятельности за период времени (сутки, неделя, месяц);
- публикации по технологии обратной связи «вопрос-ответ»;
- медиа-кит;
- официальные комментарии и т.д.;





МЧС России  
Санкт-Петербургский университет  
Государственной противопожарной службы

23 июня 2012 года в Санкт-Петербургском университете

Государственной противопожарной службы МЧС России состоялась торжественное мероприятие, посвященное очередному выпуску слушателей.

186105 г. Санкт-Петербург, Московский пр. 149

Тел. +7 (812) 388-10-47

Факс: +7 (812) 388-20-41

mail: [igps@igpspress.ru](mailto:igps@igpspress.ru)

igps@igpspress.ru

В этот день дипломы о высшем образовании получили 250 лейтенантов внутренней службы, выпускников факультета пожарной безопасности факультета экономики и права. В числе выпускников специалисты в области пожарной безопасности со специализациями «пожаротушение» и «государственный пожарный надзор», экономисты, юристы, математики, судебные эксперты. 8 выпускников оканчивают университет с золотой медалью «за отличие в учебе» и 68 – с красным дипломом.

Всего в 2012 году университет выпускает по различным формам обучения более полутора тысяч специалистов, как для МЧС России, так и предприятий, учреждений, муниципальных органов власти.

От имени руководства МЧС России выпускников поздравил заместитель министра генерал-полковник внутренней службы А.П. Чуприян.

Успехов службе, профессиональной работы и удачи пожелали молодым специалистам глава администрации Московского района Санкт-Петербурга Владимир Коровин, доктор Джон Репперт, декан Колледжа международных исследований и исследований в области безопасности Центра им. Дж. Маршалла (США), начальник СЗРЦ МЧС России генерал-лейтенант внутренней службы Шамсутдин Дагиров, настоятельница Воскресенского Новодевичьего монастыря игуменья София, представители родителей выпускников, ветераны университета.

На плацу университета выпускникам почётные гости вручили дипломы и знаки о высшем образовании. Особое настроение создало красочное выступление роты почетного караула университета, песня, посвященная выпускникам и танец курсантов, подготовленные творческой студией университета «ДВИЖЕНИЕ ПРЯМО».

Официальную часть завершило прощание выпускников со знаменем университета и прохождение торжественным маршем, которое сопровождалось салютом.

В заключение торжественного мероприятия для выпускников и гостей университета состоится концертная программа.

Санкт-Петербургский университет ГПС МЧС России – единственное учебное заведение в системе МЧС России, имеющее статус университета. Вот уже более века наш Университет готовит специалистов пожарно-технического профиля, а в этом году состоится второй выпуск специалистов в области экономики и права. За свою 105-летнюю историю университет подготовил более 1000 специалистов из зарубежных стран, а пожарная охрана страны получила свыше 30 тысяч специалистов, которых отличали не только высокие профессиональные знания, но и беспредельная преданность профессии пожарного и верность присяге.

+79312030862 Алексеев Сергей,

Артемьев Михаил.

388-86-86, [press@igpspress@igps.press@igps.ru](mailto:press@igpspress.ru)





В Российском кодексе профессиональных и этических принципов в области связей с общественностью в 4 пункте прописаны основные принципы взаимоотношений СО и СМИ:

1. Консультант или агентство не должны предпринимать действия, могущие нанести ущерб репутации СМИ.
2. Новостная информация должна поставляться без оплаты и какого-либо скрытого вознаграждения за ее использование или публикацию.
3. Если возникнет необходимость проявить инициативу или осуществить какой-либо контроль за распространением информации в соответствии с принципами настоящего Кодекса, консультант или агентство могут сделать это с помощью платной публикации в прессе или заплатив за время вещания на радио и телевидении в соответствии с правилами и практикой, принятыми в этой области.
4. В своих взаимоотношениях с представителями других профессий и в других областях общественных отношений консультант или агентство должны знать и уважать правила и практику, принятые в этих профессиях, и соблюдать их в той степени, в которой они совместимы с этикой его собственной профессии и настоящим Кодексом.



Взаимодействие пресс-службы и СМИ включает возникновение контакта, налаживание отношений, поддержание взаимного интереса, стабилизацию отношений (их развитие и укрепление), и взаимное уважение (компания успешно и без специальных вложений реализует свои задачи).



## Повседневная деятельность пресс-службы.

Направления деятельности:

- Информационная (освещение основных событий, информация о событиях с участием руководства министерства и т.д.);
- Пропагандистская (социальная реклама, пропаганда безопасности);
- Мониторинг СМИ, интернет-пространства (подготовка предложения по критическим материалам и т.п.)
- Работа с Интернет-ресурсами;
- Разработка PR-кампаний;
- Редакционно-издательская деятельность,
- Формирование видео, фотоархивов;
- Разработка концепций информ-политики министерства, методических материалов для информационных подразделений ТО и т.п.
- Взаимодействие с пресс-службами других министерств и ведомств;
- Организация мероприятий для представителей СМИ