



Взаимодействие с PR-блоком НИУ ВШЭ: продвижение в медиа и безопасность в публичном поле

Левкович Роман Владимирович
Директор по связям с общественностью



Вопросы

- Зачем мне общаться со СМИ?
- Как общаться со СМИ?
- В какой форме доносить или НЕ доносить информацию?
- Что нужно знать при общении со СМИ?
- Как деликатно уходить от ответов?
- Как обезопасить себя?





Декларация ценностей НИУ ВШЭ

« Как университет в целом, мы
стремимся обеспечить открытый
публичный доступ к сведениям
о нашей деятельности во всех
ее аспектах »



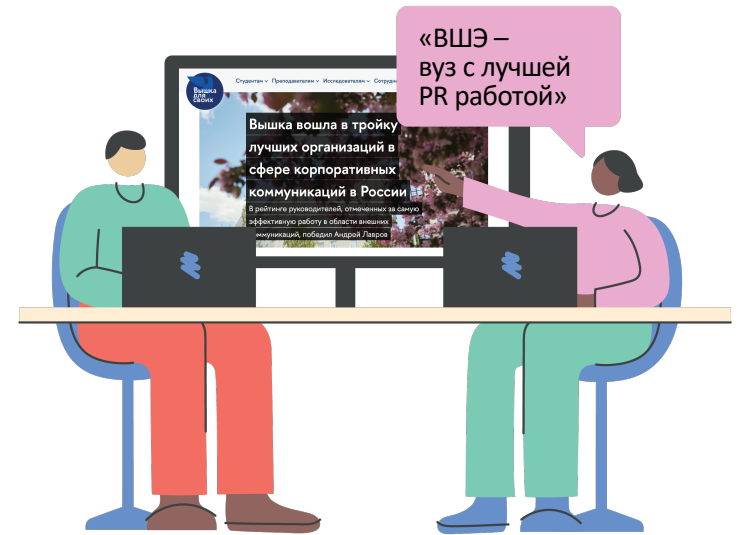
Результаты работы

>150
ТЫСЯЧ

упоминаний в СМИ в год

65
ТЫСЯЧ

экспертных
комментариев для прессы



>2
МИЛЛИОНОВ

совокупная аудитория бренд-медиа

450
ТЫСЯЧИ

подписчиков



Выгоды от общения со СМИ



Авторитет



Известность
и узнаваемость



Востребованность



Нетворкинг



Привлечение
кадров



Привлечение
финансирования



Популяризация
науки



Правила безопасности

1

Быть
готовым

2

Пресс-служба
вам поможет

3

Письменный
запрос

4

Поисковики



Неудобные вопросы



«Я смогу ответить
на Ваш вопрос позже»



«Поём свою песню»



«Данная тема выходит
за сферу моих научных
интересов»



«Это скорее вопрос
к моим коллегам»



«~~Без комментариев!~~»



Воздерживайтесь от комментариев



«Впервые слышу»



«Слухи и домыслы»



Критика



Оценки в адрес других



~~Оскорбления, повышение тона
в общении
с журналистом~~



Форматы общения со СМИ

Пресс-релиз



актуальное информативное
сообщение

Интервью



беседа по заранее
известным вопросам

Колонка



мнение
по злободневной теме

Комментарий



экспертная позиция

ТВ и радио



не только смысл,
но и подача



Пресс-релиз



Краткость



Актуальность
и информативность



Общественная значимость,
публичный резонанс



Понятность





Интервью



Беседа под запись



Вопросы
заранее известны



Мысли коротко и ясно



Всем понятно



Колонка



Авторское высказывание



Злободневная тема



Специфика издания



5-7 тыс. знаков





Комментарии



Массовый жанр



Экспертность



Оговорка
«для понимания,
а не для публикации»



Оперативность



1-2 ёмких предложения



ТВ и радио



Формат эфира



Познакомиться
с программой



Тема обсуждения



Состав участников и роль



Артикулировать
свою позицию



2-3 мысли 2-3 раза
и 4 секунды в эфире

Работа над ошибками

1

Успокоиться

2

Оперативно позвонить в пресс-службу
(правки, ликвидация, правильный материал, опровержение, ничего не делать)

Grau, teurer Freund, ist alle
Theorie und grün des Lebens
goldner Baum. J.F. Goethe

Теория, мой друг, суха,
/ Но зеленеет жизни древо





Приказ от 17 мая 2024 года

О порядке организации взаимодействия работников Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» со средствами массовой информации и другими медиа

В целях координации деятельности Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (далее – НИУ ВШЭ) в сфере массовых коммуникаций и в соответствии с подпунктом «е» пункта 3.3 Правил внутреннего трудового распорядка НИУ ВШЭ

ПРИКАЗЫВАЮ:

1. Установить, что взаимодействие со средствами массовой информации (далее – СМИ) и другими медиа от имени НИУ ВШЭ осуществляется:

1.1. ректором, старшим директором по коммуникациям, а также должностными лицами по согласованию с ректором, старшим директором по коммуникациям в установленном порядке;

1.2. иными работниками НИУ ВШЭ – при условии соблюдения ими порядка, предусмотренного пунктом 2 настоящего приказа.

2. Работникам НИУ ВШЭ, за исключением указанных в подпункте 1.1 пункта 1 настоящего приказа, согласовывать с отделом пресс-службы Дирекции по связям с общественностью (путем направления по адресу электронной почты press@hse.ru не позднее, чем за 24 часа в рабочие дни до коммуникации) коммуникации, которые касаются деятельности НИУ ВШЭ, со СМИ и другими медиа, в частности пресс-релизы, интервью, комментарии, аналитические записки, доклады, публичные выступления с участием СМИ а также тезисы к ним за исключением публикации



1. Коммуникационная стратегия НИУ ВШЭ;
2. Взаимодействие экспертов НИУ ВШЭ со СМИ;
3. Работа со СМИ, пресс-службами ФОИВ и др;
4. Пресс-конференции, аккредитация журналистов;
5. Мониторинг публикаций в СМИ и социальных сетях;
6. Аналитические справки по публичному присутствию;
7. Информационное, организационное и протокольное сопровождение при подготовке и проведении мероприятий с участием руководства университета;
8. Коммуникация внутри университета – с преподавателями, учеными, административными сотрудниками, студентами;
9. Собственные и официальные каналы коммуникации от лица НИУ ВШЭ;
10. Стратегия продвижения глобального бренда НИУ ВШЭ;
11. Медийные и событийных партнерства;
12. Создание бренд-медиа НИУ ВШЭ, видеорубрик и подкастов в социальных сетях;
13. Организация фото- и видеосъемки для корпоративных ресурсов НИУ ВШЭ;
14. Подготовка информационных материалов об университете;
15. Информирование широкой общественности о фундаментальных исследованиях, научных открытиях и прикладных разработках ученых из НИУ ВШЭ;
16. Держатель фирменного стиля НИУ ВШЭ.

