

**Інформаційно- методичний пакет
матеріалів щодо особливостей взаємодії зі ЗМІ щодо висвітлення заходів
соціального спрямування (на основі досвіду діяльності Київського міського
центру соціальних служб)**



Зміст:

1. Вступний розділ: актуальність, мета створення пакету, цільова аудиторія.....	1
2. Алгоритм взаємодії зі ЗМІ в рамках проведення заходу:	
2.1. Планування заходу.....	3
2.2. Запрошення ЗМІ.....	5
2.3. Підготовка інформаційного пакету для ЗМІ.....	7
2.4. Робота зі ЗМІ під час заходу.....	7
2.5. Взаємодія зі ЗМІ після заходу.....	7
3. Опрацювання запитів на доступ до публічної інформації від ЗМІ.....	8
4. «Три прості кроки підготовки до інтерв'ю».....	9
5. Використані джерела.....	10
6. Додатки:	
6.1. Результати анкетування щодо проведення семінару для працівників мережі ЦСС м. Києва щодо медійного супроводу здійснення соціальної роботи в громаді	11
6.2. Приклади матеріалів (презентація «Медійний супровід здійснення соціальної роботи в громаді (на досвіді роботи Київського міського центру соціальних служб).....	13

Упорядник: методист інформаційно-аналітичного відділу Київського міського центру соціальних служб, Майстер із соціальної роботи Шабатіна Г.М.

1. Вступний розділ: актуальність, мета створення інформаційно-методичного пакету, цільова аудиторія:

Актуальність: стрімкий розвиток інформаційного суспільства потребує постійного пошуку нових підходів у взаємодії органів державної влади та місцевого самоврядування з громадянами. Для створення нових, більш зручних методів доступу до інформації Київський міський центр соціальних служб (далі - КМЦСС) застосовує сучасні інформаційно-комунікаційні технології, зокрема, відбувається поширення соціально – рекламної інформації щодо діяльності та соціальних послуг, які надає мережа Центрів соціальних служб (далі-ЦСС) м. Києва.

У динамічному інформаційному просторі фахівці із соціальної роботи мають володіти цілою низкою актуальних знань щодо донесення інформації до різних категорій отримувачів послуг. Серед низки засобів традиційно важливо місце посідає взаємодія із засобами масової інформації (далі-ЗМІ) щодо висвітлення заходів соціального спрямування.

Протягом 2021 року *КМЦСС* співпрацював зі ЗМІ щодо висвітлення здійснення соціальної роботи з дітьми, сім'ями та молоддю м. Києва та ініціював проведення заходів, на які запрошував представників ЗМІ. В цілому у ЗМІ та Інтернет-платформі ЗМІ розміщено завдяки КМЦ **79** (ТБ-44 од.; радіо-9 од, електронні ЗМІ-26 од.) інформаційних повідомлень з питань інформування громадськості про спектр, можливість отримання соціальних послуг та заходи Центру. КМЦСС був відкритий до створення аналітичних матеріалів, працівники надавали інтерв'ю (коментарі) в якості експертів з актуальних питань соціальної роботи столиці, зокрема, з питань протидії насильству, щодо послуги патронату над дитиною (3), щодо відповідального батьківства (3); окрім цього протягом року опрацьовано 11 запитів на доступ для публічної інформації від ЗМІ, відмов щодо надання інформації ЗМІ не було.

В рамках співпраці КМЦСС зі ЗМІ з матеріалами щодо послуг та діяльності мережі ЦСС м. Києва представленими у ЗМІ територіальна громада (відповідно до рейтингів ЗМІ) мала **1019 000** контактів (відповідно до рейтингів ЗМІ), хоча наразі стоїть актуальне питання пошуку критеріїв підрахунку рейтингів.

Аналізуючи показники за видами ЗМІ у попередні роки кількість виходів на ТБ у 2021 році порівняно збільшилась і це є позитивною тенденцією, адже саме цей вид ЗМІ залишається провідним засобом поширення інформації для потенційних клієнтів ЦСС. Сталою є кількість виходів на електронних носіях ЗМІ (інформаційні агенції, портали) що, в цілому, відтворює сучасний стан розвитку медіапростору. За оперативністю інформування саме Інтернет - видання випереджають усі інші види медіа.

В цілому аналізуючи джерела виходу матеріалів КМЦСС за формами власності можна підкреслити продовження активної взаємодії із муніципальними ЗМІ та Інтернет - носіями, за активного сприяння Управління інформаційного забезпечення та доступу до публічної інформації КМДА. Разом з тим через реформування у 2020 році державної системи медіа продукту та кадрові зміни в карантинний період кількість інформаційних носіїв впала, що відтворюється на парадигмі зв'язків з ними з поступовим зменшенням контактів.

Якщо аналізувати тематику інформаційних виступів, то пріоритетом є інформування територіальної громади столиці у 2021 році були питання щодо заходів для учасників АТО та членів їх сімей (як і у попередні роки), профілактики соціально небезпечних хвороб, популяризації сімейних форм виховання, допомоги людям з інвалідністю.

В рамках здійснення методичної підтримки КМЦ проводилась координація взаємодії зі ЗМІ *районних центрів та закладів соціальної підтримки дітей, сімей та молоді*. У 2021 році вийшло **7** матеріалів (на 4 менше ніж торік) і ті стосувалися закладів соціальної підтримки. Враховуючи, що одним з найбільш масових методів поширення інформації та провідними для цільової аудиторії отримувачів послуг мережі ЦСС є виходи у ЗМІ, то нульові показники за рік у співпраці РЦСС столиці зі ЗМІ є прикритим явищем, отже, є потреба звернути увагу усіх РЦСС на цей інформаційний ресурс.

В цілому, спираючись на середні статистичні показники постійної охопленої аудиторії (відповідно до рейтингів ЗМІ) у 2021 році за рахунок взаємодії всієї мережі ЦСС м. Києва зі ЗМІ та Інтернет-платформі ЗМІ вийшло **86** інформаційних повідомлень (на 20 більше ніж торік) з актуальних питань соціальної роботи з сім'ями, дітьми та молоддю м. Києва, з якими територіальна громада мала **1 183 000** контакти (на 471 400 контактів менше ніж торік).

Поруч з об'єктивними моментами («карантинний» режим проведення заходів) упередження працівників мережі щодо взаємодії зі ЗМІ є однією з причин погіршення роботи.

З метою покращення ситуації у лютому 2022 року для працівників мережі ЦСС м. Києва було проведено семінар з елементами тренінгу: «Особливості взаємодії зі ЗМІ щодо висвітлення заходів соціального спрямування», матеріали якого покладені в основу цього інформаційно-методичного пакету. За підсумками опитування по темі, що проходило перед семінаром та після заходу, за відгуками фахівців їх знання покращилися (копії відповідей анкетування додаються). Презентація представлена на семінарі, викладена у додатках.

У громадських організацій існує практика взаємодії з представниками ЗМІ через професійні PR –агенції. Разом з тим в ситуації з державними установами (зокрема, Центрами соціальних служб) корисним є опанування навичок взаємодії зі ЗМІ спеціалістами з числа працівників установи, адже цього потребують від фахівців вимоги часу та професії.

З 2021 року охоплюючи методичною увагою як РЦСС та заклади соціальної підтримки мережі Центрів соціальних служб м. Києва, так і інші суб'єкти надання соціальних послуг, КМЦСС проводить системну роботу щодо створення єдиного інформаційного простору столиці, тому важливо володіти спільним понятійним апаратом.

Спираючись на 20-річний досвід роботи за інформаційним напрямом, за результатами аналізу роботи КМЦ щодо інформування територіальної громади м. Києва, прийнято рішення розробити цей інформаційно-методичний пакет. У ньому представлені інформаційні та методичні матеріали, що пройшли апробацію та є унікальним (власним) алгоритмом взаємодії спеціалістів КМЦ зі ЗМІ, адаптованим до специфіки соціальної роботи (через призму діяльності Центрів соціальних служб столиці), тому можуть зацікавити широке коло працівників соціальної сфери як державного (передусім), так і громадського сектору.

Мета створення пакету: надання інформації про особливості взаємодії зі ЗМІ щодо висвітлення заходів соціального спрямування (на основі досвіду діяльності Київського міського центру соціальних служб), що в подальшому сприятиме оптимізації роботи за напрямом у мережі ЦСС м. Києва, посиленню інформування територіальної громади щодо соціальних проблем та шляхів їх вирішення, слугуватиме формуванню єдиного інформаційного поля у соціальному середовищі.

Цільова аудиторія: представники Центрів соціальних служб м. Києва, діяльність яких пов'язана з інформаційним забезпеченням соціальної роботи, фахівці державних та громадських організацій соціального спрямування.

2. Алгоритм взаємодії зі ЗМІ в рамках проведення заходу (планування заходу, запрошення ЗМІ, робота під час та після заходу):

2.1. Планування заходу:

За сталою традицією ЗМІ є міцним засобом формування громадської думки. В рамках планування заходу за участі ЗМІ враховуємо загальну мету заходу і відповідно обираємо (за можливості) формат взаємодії зі ЗМІ під час заходу. В ході планування заходу потрібно розуміти чи є потреба та можливість виділити окремий час спілкування організаторів заходу або VIP-осіб з представниками ЗМІ («підхід» ЗМІ). Разом з тим у практиці Центрів соціальних служб найбільш часто використовувався формат запрошення ЗМІ без окремого виступу VIP-осіб перед ЗМІ. Зокрема, за досвідом 2021 року саме такий формат мали заходи: весняний пікнік «Масляна» для сімей у СЖО, захід до Дня батька «Кожен тато - супертато!», 30-ий ювілейний збір-похід «Козацькими шляхами», XIII Київський міський фестиваль зі спортивної риболовлі серед дітей та молоді з порушенням опорно-рухового апарату «Золота рибка», загальноміські заходи:

«Твоя соціальна служба поруч!», «Спортивна рибна ловля» для учасників АТО, заходи КМЦ в рамках акції «16 днів проти насильства».

З проведенням заходів можуть бути пов'язані такі види взаємодії зі ЗМІ як брифінг та прес-конференція. Зокрема, за досвідом Центрі соціальних служб відбулася прес-конференція (круглий стіл за участі ЗМІ) в рамках проведення фестивалю творчості дітей та молоді з інвалідністю «Повіримо у себе» попередніх років. Разом з тим такі форми взаємодії як брифінг та прес-конференція на рівні міського та районних Центрів соціальних служб використовуються не часто і потребують окремого розгляду.

Обираючи дату проведення заходу звертаємо увагу, що цікавість ЗМІ підвищиться, якщо буде прив'язка до фіксованої тематичної дати (наприклад, у 2021 році захід до Міжнародного дня сім'ї та Дня матері «Щасливі родини – скарб країни»). Для фахівців важливо тримати на постійному контролі тематичні календарні дати (15 травня- Міжнародний день сім'ї, 16 травня-день пам'яті померлих від СНІД, 1 червня- Міжнародний день захисту дітей, 1 грудня- день солідарності з людьми з ВІЛ/СНІД та ін.). Більше інформації щодо дат соціального спрямування: <https://bf.in.ua/calendar/> («Безбар'єрний календар»).

Спираючись на планування заходу в рамках тижня за можливістю бажано обирати не понеділок та п'ятницю. Рекомендований час проведення заходу (при можливості вибору) до 15.00.

У разі проведення заходу за межами Києва потрібно врахувати наявність транспорту (трансферу) для перевезення представників ЗМІ та підготовку карти доїзду до місця проведення заходу. Також тримаємо у фокусі уваги фактор безбар'єрності, обираючи місце проведення події.

Плануючи захід, враховуємо схильність представників до цікавого візуального ряду (отже, вітаються динамічні формати). Під час підготовки до виступу у ЗМІ (зокрема, на ТБ) для якісного візуального ряду рекомендовано не одягати смугастий одяг або одяг у дрібну цяточку. Попередньо бажано заздалегідь визначити коло фахівців, які готові та можуть давати коментар на відповідні теми.

В ході проведення семінару елементами тренінгу: «Особливості взаємодії зі ЗМІ щодо висвітлення заходів соціального спрямування» для працівників мережі ЦСС м. Києва, які відповідають за інформаційний напрям для відпрацювання навичок взаємодії зі ЗМІ використовувався ігровий формат. Спеціалісти отримали «ролі»: «журналіст», «фахівець який відповідає за інформаційний напрям у РЦ», «керівник установи», «спеціаліст, який координує певний напрям соціальної роботи», «отримувач послуг з числа батьків», «отримувач послуг з числа дітей». Завданням «журналіста» було звернутися до представників РЦ за широким інтерв'ю соціального спрямування; відповідно «співробітники» РЦ та «отримувачі послуг» відпрацьовували свій алгоритм дій. Кожна роль опрацьовувалася у позитивному та негативному варіанті розвитку подій для того що краще зрозуміти потреби, побоювання та мотиви кожного суб'єкта комунікації. Цю «гру» можна використати як тренування для спеціалістів перед

проведенням заходу для зняття напруги та з'ясування проблемних моментів взаємодії зі ЗМІ представників певного колективу.

2.2. Запрошення ЗМІ:

Для широкого інформування громади через ЗМІ фахівцями, які координують інформаційну роботу, готується інформація для прес-анонсу.

«Для того щоб подію у вашій Організації гідно було висвітлено в засобах масової інформації, належить узяти до уваги специфіку їхньої роботи. Інакше кажучи, потрібно “прийняти умови гри” журналістів та редакторів. Йдеться ось про що. Спочатку редакції ЗМІ мають довідатися про вашу подію, а саме – про те, що вона відбудеться. На додаток ви мусите зацікавити ЗМІ вашою подією! Тож поінформуйте про цей захід заздалегідь за допомогою прес-анонсу.

СХЕМА ПРЕС-АНОНСУ

Ваш Логотип	Назва організації, повна поштова адреса, телефон/факс, е-мейл
ПРЕС-АНОНС	
“Часові рамки” розповсюдження	Контакти: телефон, е-мейл відповідального
РОЗГОРНУТИЙ ЗАГОЛОВОК ПРЕС-АНОНСУ, ЯКИЙ ОДНИМ РЕЧЕННЯМ РОЗКРИВАЄ СУТЬ МАЙБУТНЬОЇ ПОДІЇ	
"ВРІЗ" - 2-3 речення, які, стисло але повно розкривають зміст майбутньої події. Що відбудеться? Коли? Де? Чому?	
Важливі та цікаві деталі майбутньої події	
* * * * *	
Організаційно-технічні деталі роботи представників медіа	

Прес-анонс має виглядати не просто як оголошення, а саме як анонс: належить конкретно повідомити редакторам та журналістам не тільки про час і місце події, а й про її мету та зміст.

Крім того, прес-анонс потрібно писати так, щоб його сприймали як повідомлення про вашу майбутню подію.

Зауважте: багато редакторів справді зацікавлені в тому, щоб поінформувати своїх читачів про плановану подію. Отримавши хороший прес-анонс, деякі можуть передрукувати його у своїх медіа як повідомлення про майбутню подію – за умови, що ваш текст виглядатиме як стаття. Тож спробуйте полегшити редакторам їхню роботу -напишіть їм про свою подію так, щоб ваше повідомлення було складено як готовий до публікації матеріал.

Мистецтво написання доброго прес-анонсу полягає в тому, щоб “заінтригувати” журналіста. Укладаючи прес-анонс, варто зазначити найцікавіші моменти майбутнього заходу, але не розкривати їх.

Прес-анонс – це своєрідна інформаційна “наживка”, на яку має “кльоннути” преса. Особливу увагу в прес-анонсі належить приділити умовам роботи преси, вказати на організаційно-технічні деталі роботи журналістів (зазвичай про це пишуть у кінці прес-анонсу). Наприклад: “Вхід для преси – вільний. Місця для журналістів – 1-й ряд зали”; “Прес-конференція відбудеться в сесійній залі облради. Вхід для представників ЗМІ – за посвідченнями”; “Особа, відповідальна за проведення прес-туру, прес-секретар Організації п. Юрій Дяченко. З технічних питань під час прес-туру журналісти можуть звертатись до менеджерки Організації п. Валентини Мороз”.

Прес-анонс має бути обов’язковим компонентом медіа-супроводу будь-якої вашої події (заходу). Радимо “привчити” журналістів і редакторів до того, що про кожну свою цікаву подію ви обов’язково повідомите їм у своєму прес-анонсі. Так ви забезпечите належну увагу ЗМІ до всіх своїх» [1].

Зазвичай вчасно розміщений у ЗМІ анонс заходу є і додатковим засобом інформування (запрошення) отримувачів послуг на масовий захід.

Основні рекомендації для фахівців, які координують інформаційний напрям, для підготовки прес-анонсу за досвідом роботи Київського міського центру соціальних служб:

Інформація повинна містити:

- дату, час, місце проведення заходу; за потребою карту доїзду до місця проведення заходу;
- мету, перелік та логотипи (у форматі в PNG (Portable Network Graphics) або GIF и JPEG (Joint Photographic Experts Group) організаторів та партнерів (за ієрархією);
- хід проведення заходу (що містить перелік учасників з числа VIP-осіб (якщо є підтвердження про участь);
- наявності історію проведення заходу;
- статистичні дані за напрямом (у разі потреби), де видно актуальність проблеми на вирішення якої спрямовано проведення заходу.

Для створення більш якісного продукту рекомендовано подавати цитату експерта у відповідній галузі або VIP-особи, яка висвітлює актуальність проблеми та шляхи її вирішення.

Зразок готового прес-анонсу на основі поданої фахівцями інформації за традиційним форматом КМЦ у презентації у додатку.

Запрошення представників здійснюється за 1-2 дні робочі дні до дня проведення заходу представниками інформаційного напрямку шляхом розсилки прес-анонсу на електронні носії ЗМІ, а також через Управління доступу до публічної інформації КМДА (РДА). Також вони проводять акредитацію ЗМІ перед проведенням заходу (за потребою (за дорученням РДА). Окрім цього зазвичай представники КМЦ надсилають інформацію і на власні електронні носії журналістів.

Саме такий механізм взаємодії застосовується при висвітленні широко кола тем. «Готовий прес-анонс належить надіслати...редакціям місцевих ЗМІ (газет, радіо та телебачення). Матеріал доцільно поширити через електронну пошту: в такому разі у графі “Subject” (“Тема”) потрібно написати “Для головного редактора – ПРЕС-АНОНС”.

Окрім того, прес-анонс належить надіслати до тих самих медіа на особисті електронні адреси журналістів, які пишуть статті “вашої тематики”. Йдеться про тих журналістів, які вже не раз і не два продемонстрували свою зацікавленість у діяльності вашої Організації, – про тих, хто постійно відвідує ваші заходи (ось чому в медіа-карті чи в PR-менеджера мають бути найповніші контактні дані про цих ваших “добровільних інформаційних партнерів”) [1].

Для запрошення журналістів використовується **карта ЗМІ-список контактів представників ЗМІ** (див. приклад у презентації у додатку), що самостійно створюється спеціалістом або отримується від прес-служби РДА (КМДА). Окрема увага у розсилці обов’язково надається запрошенню через інформаційні агенції.

2.2. Підготовка інформаційного пакету для ЗМІ:

При спілкуванні зі ЗМІ як під час заходу так і під час іншого виду спілкування рекомендовано підготувати інформаційний пакет. Під час заходу в інформаційний пакет окрім прес-релізу рекомендовано (за потребою) додати роздатковий друкований матеріал по темі (див. приклади у презентації у додатках). Матеріали можуть бути власними, а також наданими партнерськими організаціями.

При розробці матеріалів при виборі формату за досвідом роботи найбільшим попитом користуються друковані матеріали типу флаєр; за тематикою-широко спектру; у разі потреби рекомендовано залишати місце для заповнення контактів отримання послуги за місцем проживання.

2.3. Робота зі ЗМІ під час заходу:

Фахівці, які працюють за інформаційним напрямом здійснюють супровід представників ЗМІ на заході, зокрема, зустрічають, фіксують факт присутності у листі реєстрації та дату виходу матеріалу та надають **прес-реліз-інформацію** про проведення заходу. Він створюється по тим самим правилам, що і прес-анонс, але з додаванням конкретики про захід і пишеться у теперішньому часі.

Під час заходу фахівці, які відповідають за інформаційну роботу, зазвичай сприяють (за потребою) у наданні **інтерв’ю** керівництвом, іншими фахівцями та учасниками заходу з числа отримувачів послуг (за попередньою домовленістю або ситуативно). Також (за потребою) представники інформаційно-аналітичного відділу здійснюють взаємодію із прес-секретарями VIP-осіб, які беруть участь у заході.

Взаємодія з представниками ЗМІ здійснюються на засадах співпраці, відкритості та неупередженості.

2.4. Взаємодія зі ЗМІ після заходу:

Після проведення заходу (за потребою) готується **пост-прес-реліз-інформація** про захід з конкретизацією події- зазвичай надсилається у ЗМІ на наступний день після проведення заходу. Він може містити інформацію, про яку

не дізналися журналісти під час самого заходу (наприклад підсумки змагань або іншу важливу інформацію). Використовується за досвідом КМЦ нечасто, але є додатковим засобом інформування (особливо якщо представники ЗМІ по певним причинам зацікавилися заходом та не змогли його відвідати).

Після проведення заходу фахівці, які працюють за інформаційним напрямом, здійснюють пошук та фіксацію виходів інформації на носіях ЗМІ. Приклад оформлення виходів у презентації у додатку. Зазвичай найбільш цікаві виходи у ЗМІ також поширюють у соціальних мережах на носіях ЦСС м. Києва.

В цілому аналізуючи досвід взаємодії зі ЗМІ на заходах КМЦ (які по суті в інформаційному плані є PR-заходами) для отримання певного результату щодо «впізнаваності» найважливішим є системність такої роботи. Про це також свідчать показники таблиці за Примаком Т.О. [2]:

РЕАКЦІЯ СПОЖИВАЧІВ НА PR-ПОВІДОМЛЕННЯ

Інструмент PR	Середній відсоток чисельності людей, що прийняли позитивне рішення під впливом PR	Відсоток збільшення комунікативної ефективності кожним повторним PR-заходом
Зовнішні публіситі: — прес-релізи; — аналітичні статті (огляди); — інтерв'ю	0,1 0,221 0,17	2,7 4,1 2,9
Організація спеціальних PR-заходів (промо-акцій)	0,245	8,2
Участь/організація спонсорської, добродійної та виставкової діяльності	0,274	5,7
Прямий маркетинг	0,538	10,1
Внутрішньофірмовий PR	0,5	9,7

Отже, системність, відкритість та бажання працювати «на результат» є запорукою успішної комунікації представників КМЦ зі ЗМІ.

3. Опрацювання запитів на доступ до публічної інформації від ЗМІ:

Поза заходом усі звернення представників ЗМІ до керівництва, спеціалістів, які працюють у державних установах, повинні бути оформлені як запит на доступ до публічної інформації. Взаємодія з представниками ЗМІ через **запит на доступ до публічної інформації** здійснюється відповідно до ЗУ «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 №2939-VI; поточна редакція від 01.01.2022, підстава- 1914-IX [3]. Механізм оформлення запиту у КМДА у презентації у додатку.

Представники інформаційного напрямку формують відповідь на доручення керівництва щодо опрацювання запиту (у РЦ це відбувається через РДА), а також здійснюють взаємодію з представниками ЗМІ щодо підготовки матеріалу. За потреби спеціаліст за напрямом, отримавши перелік питань (за можливості)

від представників ЗМІ, інформує представника інформаційного напрямку, який обсяг питань він може висвітлити. Якщо питання знаходиться не в компетенції мережі ЦСС здійснюється перенаправлення представника ЗМІ у відповідну інстанцію. Разом з тим спеціаліст як працівник державної установи і питання знаходиться у його компетенції, не може відмовити у наданні коментаря представникам ЗМІ (без поважної причини). Приклад запиту у презентації у додатку.

За досвідом співпраці КМЦ із журналістами позитивно впливає на взаємодію попереднє ознайомлення представників ЗМІ з інформацією (тематика послуг, специфіка діяльності) на електронних носіях організації. В ситуації з КМЦ це сайт: ssm.kiev.ua та основні сторінки у соціальних мережах (<https://www.facebook.com/Мережа-центрів-соціальних-служб-для-сімі-дітей-та-молоді-м-Києва> та https://www.instagram.com/kyiv_social_service/), за потребою додатково тематичні сторінки у соціальних мережах.

Зазвичай представники ЗМІ звертаються з проханням сприяти у створенні матеріалів за участі отримувачів послуг. Звертаємо увагу, що фахівець за напрямом спирається в першу чергу на ЗУ «Про соціальні послуги» від 17.11.2019 №18 (зі змінами, внесеними згідно із Законом №1875-IX від 16.11.2021) [4], враховувати добровільність надання інтерв'ю отримувачем послуг представникам ЗМІ та співвідносити стан отримувача та можливу суспільну користь від оприлюднення інформації.

4. «Три прості кроки підготовки до інтерв'ю. ПРАКТИКИ».

З досвіду роботи часто представники ЗМІ звертаються до представників органів влади для отримання коментаря з певних питань, що належать до їх компетенції, по суті для отримання інтерв'ю. Рекомендуємо для ознайомлення та використання універсальну інформацію про «Три прості кроки підготовки до інтерв'ю»:

«Вас покликали на інтерв'ю для телеканалу, газети чи іншого ЗМІ? Завжди можна трішки підготуватися до розмови із журналістами та ефективно донести свої меседжі. Адже репутація не тільки Вас самих, а й Вашої організації залежить багато у чому саме від вміння будувати діалог із медіа, розставляти правильні акценти. А ще Ваш настрій, чіткість думки, наскільки Вам комфортно, Ви сповнені ентузіазму - це завжди передається аудиторії.

Крок 1. Зберіть факти та здійсніть своє дослідження.

Зберіть факти, статистику, які підтримують цю тему та переконайтеся, що ніщо не суперечить одне одному. Будьте в курсі того типу медіа, з яким матимете бесіду: Чи очікуєте ви інтерв'ю при камері? Журналіст сподівається зустрітися особисто або через відеочат для бесіди? Чи має публікація специфічну аудиторію чи порядок денний? Чи будуть вони включати вашу фотографію або просто друковану цитату?

Знання кількох ключових деталей допоможе вам належним чином підготуватися до бесіди.

Крок 2. Спростіть ваше повідомлення для чіткості.

Створіть ескіз вашого ключового повідомлення, додавши дві або три опорні точки, які ви хочете обговорити. Обговорюючи важливу інформацію, спершу вкажіть ключове повідомлення, а потім надайте бекграунд. Використовуйте короткі, чіткі речення, щоб висловити свою думку.

Залишайтеся на прямій. Багато людей роблять помилку, коли надмірно багато говорять про дотичні речі, які ховають важливішу інформацію. Створіть потужні аналогії, використовуйте точні статистичні дані та готуйтеся надавати репортерам сильну, корисну цитату. Ви повинні бути готові до того, що все, що ви говорите, можна буде опублікувати або транслювати. Деякі інтерв'юери саме через це потрапляють у халепу, використовуючи надміру жартів, чи вживаючи недоречні коментарі, навіть до чи після основного інтерв'ю. Готуйтеся так, щоб нічого не було "не для друку", ви повинні сказати лише те, що ви приготували до розмови.

Крок 3. Практика та перегляд відеоматеріалів

Практика робить все досконалим. Підготуйтеся до вашої бесіди, пройшовши через свої розмовні пункти з колегою. Можете записати розмову на камеру, це дозволить вам проаналізувати вашу манеру розмови та мову тіла. Ви хочете постати професійним та дружнім - встановіть зоровий контакт, прослідкуйте за артикуляцією та швидкістю вашої мови. Цей запис дозволить подивитися на свої сильні та слабкі сторони, а також дасть змогу приготуватися до реальної ситуації.

Пам'ятайте, що ЗМІ не є рекламною компанією, і їхній намір, як правило, надати громадськості справедливу, збалансовану історію. Вони не зацікавлені у промо саме вашої організації, і постійна її згадка може мати негативний наслідок. Натомість, будьте вдячні за те, що вас визнав сектор достатньо для того, щоб бути запрошеним на інтерв'ю. Успішна розмова - може стати запорукою подальших інтерв'ю та коментарів» [5].

Представники інформаційного напрямку зазвичай здійснюють пошук та фіксацію виходів інформації на носіях ЗМІ та поширюють її у соціальних мережах на носіях ЦСС м. Києва.

У разі надання коментаря представникам ЗМІ працівниками Центрів соціальних служб (за відсутності фахівців інформаційного напрямку) є потреба повідомити їм про цей факт для підготовки відповідної звітності.

Загалом запорукою ефективної взаємодії зі ЗМІ щодо висвітлення питань соціальної роботи є комплексний підхід (якісне поєднання всіх компонентів комунікації (вдалий PR- захід, суттєве інтерв'ю керівництва, відкриті до спілкування отримувачі соціальних послуг, якісні друковані матеріали та ін.).

Напрямок інформування територіальної громади щодо можливості отримання соціальних послуг та особливостей діяльності закладів та установ є невід'ємною частиною здійснення сучасної соціальної роботи.

5. Використані джерела:

1. А. Кушнір «Мистецтво написання доброго прес-анонсу» «Громадський простір» 07.12.2017. <https://www.prostir.ua/?library=mystetstvo-napysannya-dobroho-pres-anonsu>.
2. Примак Т. О. «PR для менеджерів і маркетологів». [Навчальний посібник] // К.: «Центр учбової літератури», 2013. – 202 с. ISBN 978-617-673-117-7. https://web.archive.org/web/20180328211144/http://kist.ntu.edu.ua/textDZ/PR_dlay_manager.pdf.
3. Закон України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 №2939-VI; поточна редакція від 01.01.2022, підстава- 1914-IX. (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text>).
4. Закон України «Про соціальні послуги» від 17.11.2019 №18 (зі змінами, внесеними згідно із Законом №1875-IX від 16.11.2021). (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671-19#Text>)
5. «Європейській простір». Три прості кроки підготовки до інтерв'ю ПРАКТИКИ. 31.05.2018. <https://euprostir.org.ua/practices/133765>.

6. Додатки :


6.1. Результати анкетування щодо проведення семінару для працівників мережі ЦСС м. Києва щодо медійного супроводу здійснення соціальної роботи в громаді:

Анкета

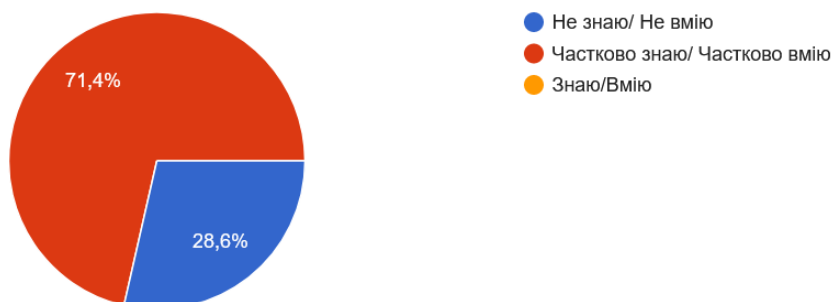
Тема: «Медійний супровід здійснення соціальної роботи в громаді»

Дата проведення: 22.02.2022

Мої знання на тему: Особливості взаємодії зі ЗМІ (до семінару)

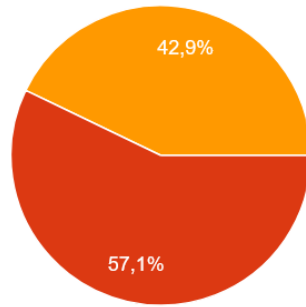
 Копировать

7 ответов



Мої знання на тему: Особливості взаємодії зі ЗМІ (після семінару)

7 ответов

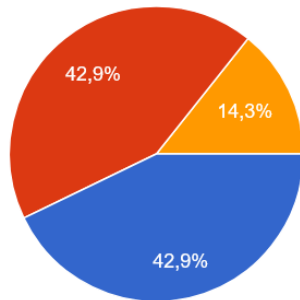


- Не знаю/ Не вмію
- Частково знаю/ Частково вмію
- Знаю/ Вмію



Мої знання на тему: Створення інформаційних матеріалів для взаємодії зі ЗМІ (прес - анонс та ін.) (до семінару)

7 ответов

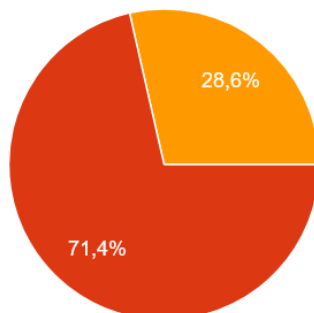


- Не знаю/ Не вмію
- Частково знаю/ Частково вмію
- Знаю/ Вмію

Копировать

Мої знання на тему: Створення інформаційних матеріалів для взаємодії зі ЗМІ (прес - анонс та ін.) (після семінару)

7 ответов




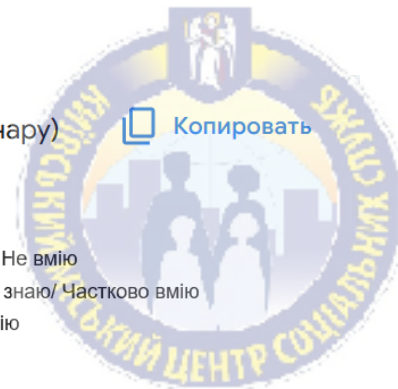
- Не знаю/ Не вмію
- Частково знаю/ Частково вмію
- Знаю/ Вмію

Копировать

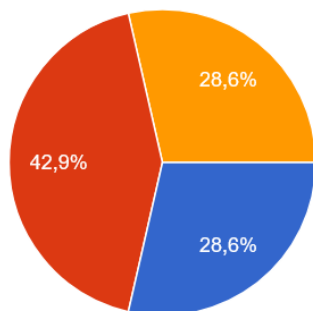
Мої знання на тему: Алгоритм взаємодії з представником ЗМІ (до семінару)

7 ответов

 Копировать



- Не знаю/ Не вмію
- Частково знаю/ Частково вмію
- Знаю/ Вмію

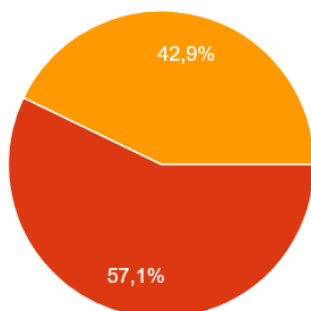


Мої знання на тему: Алгоритм взаємодії з представником ЗМІ (після семінару)

7 ответов

 Копировать

- Не знаю/ Не вмію
- Частково знаю/ Частково вмію
- Знаю/ Вмію



6.2. Приклади матеріалів (презентація: «Медійний супровід здійснення соціальної роботи в громаді (на досвіді роботи Київського міського центру соціальних служб).



Медійний супровід здійснення
соціальної роботи в громаді
(на досвіді роботи Київського міського
центру соціальних служб)

Планування заходу за участі ЗМІ:

Мета: що? (захід, брифінг)

Для кого?

Дата:

- Не понеділок/п'ятниця;
- Не рано/не пізно;

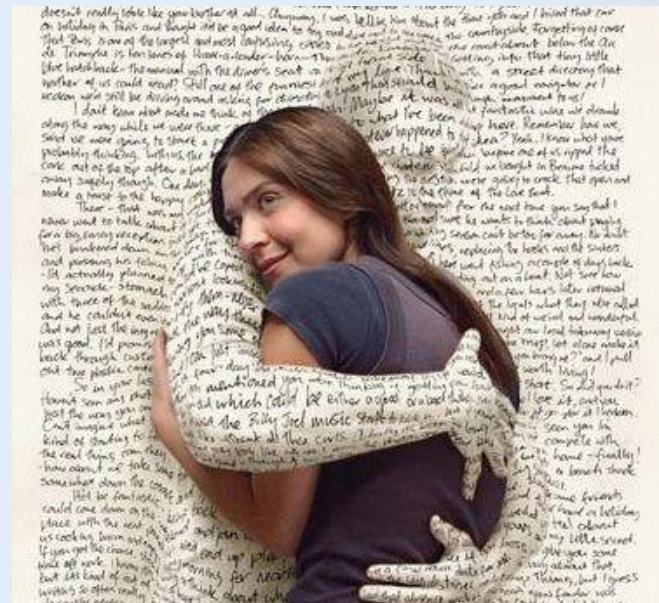
Місце:

- В межах досягаємості (Укрінформ+++)
або трансфер;
- Безбар'єрність;
- ? : «Говорящие головы»
- ? : «Картинка»



Запрошення ЗМІ:

- Коли?
- За тиждень/за день...
- Кого?
- Як?



Карта ЗМІ:

Список ЗМІ для розповсюдження прес-релізів та ньюз-анонсів щодо заходів, які проводяться КМЦСС

№	Назва ЗМІ	Адреса	Контактна особа	Контактний телефон/факс, електронки	Прим. про розсил.
	Радіо				
	«Голос Києва»	01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44	Обідовська Наталя Іванівна	Телефон основний: (044) 4540034 Телефон бухгалтера: (044) 2281973 Телефони контактні: (044) 4540031 Факс: (044) 4540034	
	Радіо „Ера”	бульвар Верховної Ради, 20, Київ, 02000	Ананов Олександр, Дегтярьова Інна	Реклама на радіо та на сайті: reklama@radioera.com.ua, Телефон: +38044 559-07-67 Написати на прямиї ефір: efir@radioera.com.ua Прес-служба: press@radioera.com.ua Інформаційна служба: news@radioera.com.ua	
	Національна радіокомпанія України	вул. Хрещатик, 26, м. Київ, 01001	Світлана Іванівна АВРАМЕНКО	Телефон: +38(044)221-18-03 Факс: +38(044)2791170 Вебсайт: http://www.nrcu.gov.ua	
	Радіо «Культура»	вул. Хрещатик, 26, м. Київ, 01001	Ляшенко Тетяна	тел. + 38 (044) 239-61-03 e-mail: site_admin@nrcu.gov.ua	
	GALA радіо	ул. Саксаганського, 91, 4 этаж, офис 17		Тел.: 490-71-00 Сайт: www.galardio.com	

	61/11, 6 пов. оф. 46		e-mail: radio@huk.fm	
Радіо «Київ»	03113 Київ, вул. Дегтярівська, 37, 6 поверх		телефон/факс: (044) 454-00-34 email: office@radio.kiev.fm	
Радіо «Промінь»		Роман Коляда	Телефон прямого ефіру: +38(044)239-60-19 тел./факс: +38 (044) 279-33-44	
Радіо «Максимум»	Київ, вул. Володимирська 61/11, офіс 44		Телефон: +380(44)201-11-02 E-mail: news@radio24ua reklama@radio24ua	
Всеукраїнське радіо «Голос свободи»			T: +380 57 705 50 06 holos.svobody@gmail.com	
Інформаційні служби	Об'язательно!!!			
Інтерфакс	Україна, Київ, вул. Рейтарська, 8/5а	Згарда Марина	+38 (044) 270-74-65, +38 (050) 385-80-88 interfax.kiev.ua	
Укр-інформ	вул. Б. Хмельницького, 8/16, Київ, 01001		тел.: (044) 279-81-52 факс: (044) 279-86-65, 234-83-66 office@ukrinform.ua Для анонсів: anons@ukrinform.ua	
Уніан	ул. Хрещатик, 4	Ірина Головатенко	Тел. +38 (044) 498-07-60 (многоканальний) Факс +38 (044) 498-07-61 Email: unian.headquarters@unian.net	
Інформаційна агенція «Голос UA»	пер. Филатова, 3/1, Клев,	Полушкіна Викторія	Тел.: (044) 284 - 57 - 62 факс: (044) 284 - 25 - 89 e-mail: office@golos.ua тел.: (044) 284 - 57 - 62	

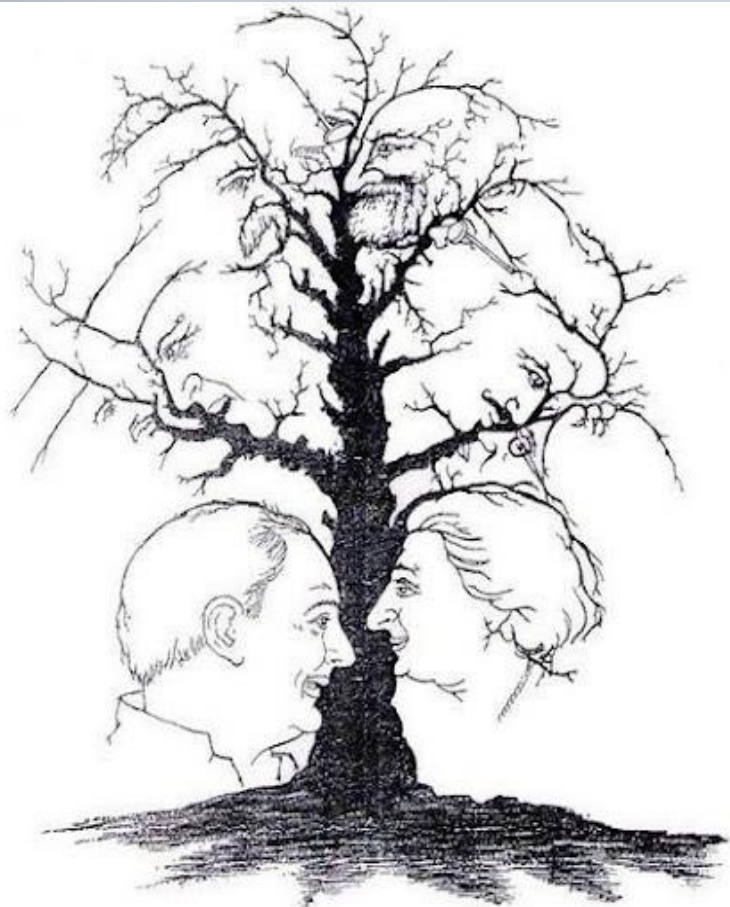
Активация windows

Чтобы активировать Windows, перейдите в р

Прес-анонс:

Лід: ЩО? ДЕ? КОЛИ?





ЗАЦІКАВИТЬ

- Новизна
- Історія
- Цифри
- Факти
- Контакти



Служба у справах
дітей та сім'ї

ПРЕС-АНОНС «ПОВІРИМО У СЕБЕ»

XXIX Київський міський фестиваль творчості дітей та молоді з функціональними обмеженнями «Повіримо у себе» запрошує на відкриття та виставку робіт учасників творчого напрямку «Прикладне мистецтво», що відбудеться

4 листопада о 15.00 у Колонній залі КМДА (вул. Хрещатик, 36)

XXVIII Київський міський фестиваль творчості дітей та молоді з функціональними обмеженнями «Повіримо у себе» - реальна можливість для його учасників розкрити свій потенціал, обмінятися досвідом, відчутти себе творчою частиною суспільства.

Організатор фестивалю творчості: Київський міський центр соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді за участі Департаменту культури КМДА, Київського міського методичного центру закладів культури та навчальних закладів, Київського міського палацу дітей та юнацтва, за сприяння Служби у справах сім'ї та дітей КМДА.

Метою фестивалю є виявлення та розвиток творчих здібностей дітей та молоді з інвалідністю, формування у громадськості неупередженого ставлення до людей з інвалідністю ідеї інклюзивного суспільства – суспільства рівних можливостей.

У фестивалі беруть участь 1000 обдарованих дітей та молоді з інвалідністю з десяти районів міста, які змагаються в 10 номінаціях. За традицією у журі фестивалю запрошена мистецька еліта. Вхід на всі заходи вільний.

Фестиваль - соціокультурна практика, що може допомогти сформувати правильну суспільну думку о людях з інвалідністю, без стереотипів «героїзму», та «жалю». Окрім цього цей захід є яскравим інструментом для створення нових форм, внесення позитивних змін у суспільну свідомість.

Вперше фестиваль було проведено в 1993 році, коли 100 дітей з інвалідністю з інтернатів міста та товариства дітей-інвалідів «Церебрал», Спільки дитячих та юнацьких організацій м. Києва зібралися на п'ять днів, щоб продемонструвати свої творчі вміння.

Мережею центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді (ЦСССДМ) м. Києва впроваджується система заходів соціокультурної реабілітації, розвитку творчих здібностей дітей та молоді з інвалідністю, серед яких Фестиваль творчості «Повіримо у себе», Фестиваль рибної ловлі «Золота рибка» та ін. Окрім цього проводяться екскурсії, майстер-класи, літературні вечори, клуби спілкування молоді, тематичні свята та ін. Мережею ЦСССДМ системно надаються психологічні, соціально-педагогічні, правові, медичні, інформаційні та ін. послуги близько 3 тис. дітям та молодим людям з інвалідністю та їх батькам. Всього у столиці близько 10 тис. дітей та 15 тис. молодих людей з інвалідністю.

Детальніше: 456-77-81; 097-528-96-09; 063-349-55-69

КМД/СССДМ -
створено
1993 року

«Професійна
допомога
маму до якого
жати родичів»

КМД/СССДМ
03057
м. Київ-057
вул. О. Довженка,
2
Телефакс:
456-37-67

ПЕРЕВЕРНУТА ПІРАМІДА



УНИКАЙТЕ

- СКОРОЧЕНЬ
- СКЛАДНИХ КОНСТРУКЦІЙ
- ВУЗЬКОСПЕЦІАЛІЗОВАНОЇ ТЕРМІНОЛОГІЇ
- СУРЖИКУ
- ПАНІЧНИХ ЧИ ІСТЕРИЧНИХ НОТОК
- НЕПЕРЕВІРЕНИХ ФАКТІВ
- СКРОМНОСТІ ;)

Інформаційний пакет для ЗМІ:

До акції:

- Прес-анонс

На акції:

- -прес-реліз;
- -додаткова інформація (пам'ятка та ін.);
- -друковані матеріали.

Після акції: пост-прес-реліз



Пам'ятка гостям Київського міського фестивалю творчості дітей та молоді „Повіримо у себе”

25 років поспіль в місті Києві фестиваль збирає талановитих дітей та молодь за 9 творчими номінаціями. В цьому році на районних рівнях 1720 учасників демонструють свої таланти, а міський тур збирає понад 500 переможців. Кожного року учасників приходять привітати все більше почесних гостей

Діти, молодь з інвалідністю та їх батьки під час фестивалю:

- Радіють, коли на захід приходять гості. Це визнання творчого потенціалу учасників фестивалю, визнання їх потреби бути цікавими і корисними суспільству.
- Хочуть щоб їх потенціал бачили та оцінили інші люди.
- Відчують, що ставлення до людей з інвалідністю змінюється в кращу сторону, і мають надію на подальшу стабільність у соціальних питаннях, послугах, нових можливостях в їх розвитку і становленні.

Історичні процеси:

Ставлення до інвалідності в Україні змінюється: йде перехід з медичного та соціального забезпечення до створення рівних можливостей та визнанням прав людей з інвалідністю на участь в житті суспільства, права на особисте життя, права на освіту та працю тощо. Конвенція ООН про права людей з інвалідністю, яку Україна ратифікувала 13 грудня 2009 року, говорить про те що інвалідність – це не відмінність, а різноманіття роду людського, і що суспільству необхідно перейти від благодійної допомоги до створення умов для реалізації потенціалу людини з інвалідністю.

Під час публічного виступу, привітального слова:

- пам'ятайте, дитина з інвалідністю не вважає себе “інакшою”, поки їй це не покажуть;
- пам'ятайте, який би людина не мала вигляд, якими б допоміжними засобами не користувалась чи інакше спілкувалась – вона ОСОБИСТІСТЬ, якій притаманно все людське. Вона відчуває страх, радість, бажає бути як визнаною, так і любимою;
- жалість - неконструктивна емоція і часто принижує людську гідність;
- схвалення має бути заслуженим – тоді це схвалення;
- намагайтеся не використовувати слів пов'язання з інвалідністю. Використовуйте слова: діти, молодь. Не порівнюйте з іншими. Не діліть на „них”, „цих”, „здорових” тощо;
- не потрібно проявляти зайву жалісливість чи нав'язливе співчуття, використовувати занадто пестливі слова, визнавати героїчність: те, що спочатку не бачать в людині з інвалідністю рівного собі - образливо. Це їх життя. Бажання жити повноцінним життям - це не розкіш, а необхідність;
- намагайтеся не обіцяти того і давати надію на те, чого не зможете виконати;
- не бійтеся жартувати. Жарт, тактовний і доречний, тільки допоможе налагодити спілкування і розрядити обстановку;
- підтримайте соціальну активність учасників, бажання вчитись, розвиватись, планувати майбутнє, розкривати свій потенціал; дайте їм підтримку, віру в їх сили, талант та впевненість в їх майбутнє.
- кожний 10 житель планети є людиною з інвалідністю. Норми змінюються. Інвалідність – це не аномалія, не дефект. Це різноманіття роду людей. Інвалідність є не медичною проблемою, а соціальною. Після прийняття конвенції навіть правовою. В сучасному суспільстві інвалідність – норма.
- привітайте батьків, педагогів, соціальних працівників – їх праця заслуговує на повагу.

Дякуємо за увагу!!! Спеціалісти центру соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді м. Києва

Друковані матеріали



Якщо у твоєму житті сталося насильство, головне, що потрібно запам'ятати:

НАСИЛЬСТВУ НЕМАЄ ВИПРАВДАННЯ!

ВИПРАВДАННЯ НАСИЛЬСТВА - ЦЕ ТАКОЖ НАСИЛЬСТВО НАД САМИМ СОБОЮ!

Неможливо терпіти насильство зі страху пережити ще більше насильство. Шукай допомоги, щоб вирватися із кола насильства та збудувати життя повному!

Неможливо терпіти насильство заради дітей задля збереження сім'ї. Діти копіюють поведінку батьків у власному спілкуванні. Насильство у вашій сім'ї породжує насильство у майбутніх сім'ях ваших дітей!

Неможливо терпіти насильство тому, що інші жінки теж терплять. Боляче кожній! Але тільки ти обираєш – терпіти далі чи звільнитися від страху та змінити своє життя.

Неможливо терпіти насильство зі страху втратити дах над головою! Завжди знайдуться люди, готові дати притулок на час поки ти знайдеш постійне житло.

«ЛА СТРАДА УКРАЇНА» НАЦІОНАЛЬНА ГАРЯЧА ЛІНІЯ З ПОПЕРЕДЖЕННЯ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЬСТВА ТОРГІВЛІ ЛЮДЬМИ ТА ГЕНДЕРНОЇ ДИСКРИМІНАЦІЇ

☎ 0 800 500 335

☎ 116 123

БЕЗКОШТОВНО АНОНІМНО ЦІЛОДОБОВО

НАЦІОНАЛЬНА ГАРЯЧА ЛІНІЯ З ПИТАНЬ ВІЛ/СНІД

☎ 0 800 500 451

ТА ТУБЕРКУЛЬОЗУ ☎ 0 800 50 30 80

Напиши нам про себе



positivewoman.ukraine@gmail.com
www.pw.org.ua
ssm.kiev.ua

ПРИЙНЯТІ ЗАКони

6 грудня 2017 – Закон України № 2227-VIII

«Про внесення змін до Кримінального та Кримінального процесуального кодексів України з метою реалізації положень Конвенції Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу з цими явищами». Набуде чинності в січні 2019.

Домашнє насильство:

- окремий злочин (ст. 126-1 КК)
- обтяжуюча обставина (ст. ст. 67, 152, 153 КК) визнано злочинами:
- примушування до шлюбу (ст. 151-2 КК)
- сексуальне насильство (ст. 153 КК)
- каліцтво статевих органів (ст. 121 КК)
- примушування до стерилізації (ст. 134 КК)
- примушування до абортів (ст. 134 КК)
- невиконання обмежувальних заходів, обмежувальних приписів або непроходження програми для кривдників (ст. 390-1 КК)
- жорстоке поводження та приниження, що мають системний характер, як пом'якшуюча обставина для постраждалих, які вчинили насильницький злочин проти кривдника (ст. 66, 116, 123 КК)
- введено судову процедуру щодо застосування обмежувальних заходів (ст. 79, 91-1 КК)

7 грудня 2017 – Закон України № 2229-VIII

«Про запобігання та протидію домашньому насильству». Набув чинності.

7 грудня 2017 – Закон України № 2234-VIII

Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту права дитини на належне утримання шляхом вдосконалення порядку примусового стягнення заборгованості зі сплати аліментів». Частково набув чинності.

Домашнє насильство - це фізичне, психологічне, сексуальне та економічне приниження, залякування, утиски з метою здійснення постійного контролю однієї людини над іншою.

ЦЕ ПОШИРЕНА ПРОБЛЕМА В УСЬОМУ СВІТІ СЕРЕД УСІХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ.

У 90% випадків найбільше від домашнього насильства страждають жінки та діти.

Відслідкування виходів:

Список виходів у ЗМІ інформації щодо діяльності та соціальних послуг ЦСССДМ за 2017 рік

І квартал 2017 року:

(без урахування матеріалів створених за ініціативи РЦСССДМ):

Щодо зимового відпочинку для дітей ВПО:

1. **Офіційний сайт КМДА** «Для дітей переселенців організували зимовий відпочинок у Карпатах і на Київщині» 12.01.17
<https://kievcity.gov.ua/news/46364.html>
2. **Національне радіо України**, програма "Старшокласник". Зимовий дитячий відпочинок: ігри, квести, карпатський колорит для переселенців і не тільки: "Витоки" та "Зимограй" кличуть!
Журналіст М. Кулікова 10.02.17.
<http://www.nrcu.gov.ua/schedule/play-archive.html...> (з 27 хв.)

Щодо проведення «Ялинка бажань»:

3. **Портал КМДА** «Відбудеться урочисте зібрання волонтерів новорічної благодійної акції «Ялинка бажань» 10.02.2017
<https://kievcity.gov.ua/news/47496.html>
4. **Радіо «Київ»** 10.02.17 16.30 Ляна Ночовна (063-596-74-35)
Новини.

5. **Радіо «Київ»**

https://www.facebook.com/radiokyiv/?hc_ref=PAGES_TIMELINE

6. **Радіо Київ - 98 FM "Ялинка бажань"** - кожен здатен на диво
10.02.17 Анонс.

7. **Газета «Хрещатик» «Ялинка бажань»** 10.02.17

<http://www.kreschatic.kiev.ua/search/1487931523.html> Іванов Олексій

Щодо публічної презентації діяльності КМЦСССДМ за напрямом роботи із сім'ями/особами, які перебувають у СЖО за 2016 рік:

8. **Портал КМДА** «Ганна Старостенко заслухає звіт діяльності мережі центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді м. Києва» 15.02.17 <https://kievcity.gov.ua/news/47707.html>
9. **Портал КМДА** «Публічна презентація діяльності мережі центрів соціальних служб для сім'ї, дітей та молоді м. Києва» 15.02.17
<https://kievcity.gov.ua/gallery/2202.html>
10. **Портал КМДА** Публічна презентація діяльності КМЦСССДМ за напрямом роботи із сім'ями/особами, які перебувають у СЖО за 2016 рік 15.02.17 <https://kievcity.gov.ua/news/47761.html>
11. **ТРК «Київ»** «Столичні соцслужби повинні консолідувати сили для запобігання жорстокому поводженню з дітьми – Ганна Старостенко» 15.02.17
https://www.youtube.com/watch?v=_iL5UPH38ks

Журналіст Жайворонок Світлана (050-30-400-53)

Взаємодія зі ЗМІ поза заходом

UKR.NET: Всі новини України, X | аналітична довідка щодо РЦ по... | Подати запит ЗМІ - Портал Киє

kyivcity.gov.ua/dlya_zmi/podaty_zapyt_zmi.html

Київ та міська влада Міські сервіси Громадськості Публічна інформація Для ЗМІ Пошук

Головна / Для ЗМІ / Подати запит ЗМІ

Подати запит ЗМІ

Культурно-мистецькі масові заходи

Для оперативного отримання офіційної інформації, коментаря чи інтерв'ю посадової особи необхідно подати відповідний лист-запит.

Незалежно від тематики, лист-запит необхідно оформлювати на ім'я начальника управління інформаційного забезпечення та доступу до публічної інформації Баранової Катерини Олександрівни.

Листи-запити від представників ЗМІ приймає відділ інформаційного забезпечення та комунікації.

Запит можна подати:

- через онлайн-форму, яка розміщена нижче на сторінці
- електронною поштою: uizdpi@kyivcity.gov.ua
- поштою за адресою: 01044, Київ, вул. Хрещатик, 36, каб. 107

Щодо питань, пов'язаних із отриманням та опрацюванням журналістських запитів, телефонуйте за номерами: (044) 202-74-26, (044) 202-74-61.

Звертаємо увагу, що Порядок організації та проведення недержавних масових заходів, зокрема і кіно- та відеозйомок (які не є інформаційними сюжетами ЗМІ) затверджений рішенням Київської міської ради.

звіт 20.02. правки.odt

Показати все

7°C Sunny 13:44 21.02.2022



**ГОВОРИТЬ
УКРАЇНА**

ТОВ «РРП Група» займається виготовленням шоу «Говорить Україна» на замовлення ТОВ «Телерадіокомпанія «Україна»

Начальнику Київського міського центру
соціальних служб сім'ї дітей та молоді

Колобовій Я.В.

Шановна Ярославо Валеріївно!

Коллектив соціального проекту «Говорить Україна», користуючись нагодою, засвідчує Вам свою повагу та просить Вашого сприяння у підготовці соціального ток-шоу «Говорить Україна», яке виробляє ТОВ «РРП ГРУП» на замовлення ТОВ «Телерадіокомпанія «Україна».

До нашої редакції звернулася Яремчук Наталія Сергіївна 21.03.1997, щоб ми допомогли їй розібратися в складній ситуації, в яку вона потрапила. А саме: розібратися, чому Наталія не займається вихованням дочки Яремчук Анни-Марії Денисівни 15.02.2018 року та чому дитина знаходиться в Київському дитячому будинку «Берізка». Зі слів жінки, дитину утримують в закладі незаконно. Щоб об'єктивно розібратися у цій ситуації, просимо надати відповіді на наступні запитання:

- Як Яремчук Анна-Марія Денисівна 15.02.2018 опинилася у Київському дитячому будинку «Берізка»?
- З якими документами була доставлена дівчинка у дитячий будинок «Берізка»? Чи були відомі імена біологічних батьків?
- Які документи були зроблені для дитини за період її знаходження у дитячому будинку «Берізка»?
- Чи навідувала Яремчук Наталія Сергіївна свою доньку в період з березня 2021 по сьогоднішня? Якщо так, то як часто?
- Чи зверталася Яремчук Наталія Сергіївна до Вас у службу з наміром повернути дитину?
- Чи позбавлена Яремчук Наталія Сергіївна батьківських прав на Яремчук Анну-Марію Денисівну?
- Який статус наразі у Яремчук Анни-Марії Денисівни?

У зв'язку з терміновістю виходу програми в ефір, просимо Вас надати відео коментар з цього приводу протягом 02-03 вересня 2021 року.
Сподіваємося на плідну співпрацю!

З повагою
Журналіст: Дарина Чечко
cheshko.darina1303@gmail.com
095 35 22 998

Керівник Проекту:

ТОВ «РРП Група»
03057, м. Київ,
вул. Копелешка, 24 Ж,
код ЄДРПОУ 38947371
Тел.: 0444909465

Сергій Мельник

Інформаційна кампанія ЦСС

м. Києва включає:

- Інформування на інтернет носіях
- Розповсюдження друкованих матеріалів
- Взаємодія зі ЗМІ
- Профілактичні заходи (просвітницькі...)

 **МЕРЕЖА ЦЕНТРІВ СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ М. КИЄВА**

Подільський район:
вул. Когилівська, 31
+38(044) 467-15-05
+38(044) 467-15-33
+38(063) 245-08-27
прое. Бондарівський, 19
+38(044) 428-28-85

Святошинський район:
бул. А. Курбаса,
Буд. 187
+38(044) 298-27-70
+38(044) 298-27-71
+38(044) 298-27-67

Шевченківський район:
вул. Колерника, 10
+38(044) 489-55-55

Солом'янський район:
вул. М. Кривоноса, 21
+38(044) 243-75-26

Вечерський район:
прое. Флатова, 3/1
+38(044) 529-42-30

Оболонський район:
вул. Йорданська,
Буд. 7-г
+38(044) 426-87-75

Деснянський район:
ул. С. Лисфара, 8
+38(044) 530-50-59

Дніпровський район:
бул. Перова, 56
+38(068) 441-95-65
+38(050) 922-60-24
+38(093) 132-11-16

Дарницький район:
вул. Харківське
шосе, 57
+38(044) 563-05-32

Солом'янський район:
вул. Маринанська, 5
+38(044) 258-73-32

КИЇВСЬКИЙ МІСЬКИЙ ЦЕНТР СОЦІАЛЬНИХ СЛУЖБ

 **Графік роботи:**
Пн - Чт: 9.00 - 18.00
Пт: 9.00 - 16.45
Сб, Нд: за графіком.

м. Київ, вул. О. Довженка, 2 (м. "Шулявська")
тел. (044) 458-27-67.
www.ssm.kiev.ua




**ПРОФЕСІЙНА ДОПОМОГА
НА ШЛЯХУ ДО ЯКІСНОГО
ЖИТТЯ РОДИНИ!**

Які навички потрібно у собі розвивати :

- Журналіст - зауважує цікаве в буденному
- Копірайтер – пише потрібний контент
- PR-менеджер – формує довіру аудиторії
- СММ-менеджер – знає, для кого працює
- SEO-фахівець знає, що потрібно читачам
- Дизайнер – створює візуальне оформлення
- Шоумен – не боїться виступати перед людьми
- Стратег – знає, що роблять конкуренти
- Талановитий менеджер – планує, керує процесами
- Особистість з широким світоглядом – веде особистий обліковий запис

