



Общественная палата
Российской Федерации
CIVIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION



ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА В ПОИСКОВОМ ОТРЯДЕ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

*«Нам доверено память пронести сквозь года.
Эта память зовёт нас на поиск солдат,
не увидевших утра Победы!»*



Методические рекомендации по информационной работе в поисковом отряде подготовлены пресс-службой «Поискового движения России». Они касаются взаимодействия поисковых организаций с пресс-службой дирекции Движения, подготовки текстов новостей и пресс-релизов, работы поисковых организаций в социальных сетях, подготовки фотоотчетов.

Если вы знаете, как сделать эту методичку лучше, пишите на pressa-poisk@yandex.ru

«Современная информационная среда позволяет рассказывать гражданам нашей страны о событиях Великой Отечественной войны не только в СМИ. Социальные сети и смартфоны у нас в руках – это возможность оперативно и без посредников показать большой аудитории то, что поисковики видят на полях сражений, то, как проходят «Вахты Памяти», знакомить с судьбами и подвигами бойцов Красной армии, чьи имена удалось установить. Это возможность привлечь в наши ряды молодежь.

Мы видим, как меняется оценка событий и итогов Второй мировой войны на Западе, как эти новые оценки проникают в Россию и попадают в умы молодых людей, и некоторых взрослых, которые не знают, как отличить правду от фейка, хайповые статьи от научных исследований. Мы должны защищать Память не только от забвения, но и от искажения исторической правды, а для этого нужно учиться и осваивать новые инструменты и навыки».

Председатель Комиссии ОП РФ по делам молодежи,
развитию добровольчества и патриотическому воспитанию,
ответственный секретарь «Поискового движения России»

Елена Цунаева

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПРЕСС-СЛУЖБОЙ «ПОИСКОВОГО ДВИЖЕНИЯ РОССИИ»

Вы можете направлять для размещения на сайте <http://rf-poisk.ru/> два формата новостей:

- **Анонс** – информация о предстоящем мероприятии. Эту информацию мы можем не только опубликовать на сайте, но и разослать в федеральные СМИ для приглашения журналистов. Анонсы высылаются не менее чем за неделю до мероприятия. Если претендуют на поддержку со стороны федеральных СМИ – две недели до мероприятия.
- **Новость по итогам мероприятия** – рассказ о событии, которое уже состоялось. Она высылается в день мероприятия или на следующий день. Если мероприятие выездное, можно присылать материалы в течение 2-х дней после окончания мероприятия.

ПЛАНЫ МЕРОПРИЯТИЙ

В канун памятных дат – 9 мая, 22 июня, 3 декабря мы просим региональные отделения направлять планы своих мероприятий. В первую очередь добавляйте в план ключевые события – церемонии захоронения, передачи личных вещей бойцов, выставочные и издательские проекты.

Также для СМИ мы можем анонсировать ваши экспедиции – для этого важно выбрать дату во второй половине экспедиции, когда вы можете показать находки, и, если будет такая возможность, пригласить тележурналистов в лагерь для съемок.

ТЕХНИЧЕСКИЕ ТРЕБОВАНИЯ

Текст новости присылайте в основной части письма или в файле формата .doc. К новости **обязательно** должна быть добавлена фотография – минимум одна горизонтальная фотография по теме мероприятия или фотография-«заглушка» – изображение, которым можно проиллюстрировать любое ваше мероприятие: флаги на флагштоке или солдатская каска на земле, или эмблема организации (отряда), о которой вы пишете, и т.д.

Новость **по итогам мероприятия** должна начинаться с информации о том, **что** (полное название мероприятия), **где** (место проведения: регион, район, город), **когда** (дата) произошло. В присылаемых материалах должно упоминаться ООД «Поисковое движение России» или региональное отделение Движения (так, чтобы было понятно, какое отношение имеет Движение к данному мероприятию). За редким исключением сайт Движения освещает в первую очередь события, связанные непосредственно с Движением. Постановка иных новостей согласовывается отдельно.

Если новость связана с установлением имени солдата, поиском родственников или передачей реликвий, документов, останков, в ней должно быть указано **кем, где и когда** (приблизительно, например, «в июле», «прошлой весной» и т.д.) подняты останки. В дополнение к новости, пожалуйста, давайте **информацию о бойце из ОБД «Мемориал»**.

Также большим плюсом к новостям об экспедициях будет историческая справка о событиях в этом районе.

Приветствуется, если в тексте новости есть **цитата** ньюсмейкера (руководителя регионального отделения, командира отряда, участника экспедиции).

Для фотоальбома в раздел «Фотоальбомы» нужно не меньше шести фотографий, а лучше хотя бы 12–18, чтобы у нас был выбор.

В социальных сетях «Поискового движения России» мы размещаем в первую очередь новости, связанные непосредственно с поисковой работой – посвященные установленным именам солдат, церемониям захоронений, установке памятных знаков. Среди остальных новостей мы выбираем сообщения о мероприятиях для молодежи, инновационными по формату, актуальными по содержанию, с качественными фотоматериалами.

ЧЕКЛИСТ ДЛЯ НАПИСАНИЯ НОВОСТИ – ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ В ТЕКСТЕ ОБЯЗАТЕЛЬНО:

- **Заголовок** (лучше его написать тогда, когда будет готов весь текст)
- **Что?**
- **Где?**
- **Кто** (в том числе если есть представители власти и т.д.)
- **Когда?**
- **Какие задачи решены?**
- **Проверь: Текст разбит на абзацы?** –
(не менее трех абзацев, не более пяти-шести абзацев)
- **Проверь: Есть ли цитата ньюсмейкера – организатора или участника события?**
- **Есть ли справка** о том, что предшествовало мероприятию или справка об исторических событиях?
- **Контакты организатора**, по которым желающий может узнать подробности.

ЭТИКА И КОРРЕКТНОСТЬ ФОРМУЛИРОВОК

- Не используйте слова «кости», «скелеты», «трупы» и «тела» – только «останки». Старайтесь представить себе то, о чем вы пишете, чтобы у нас не появлялись такие выражения как «конечности останков». Если речь идет о церемонии захоронения красноармейца, чье имя уже установлено – уместнее писать «церемония захоронения Ивана Ивановича, а не «останков Ивана Ивановича».
- Внимательно относитесь к написанию особенно важных для нас названий и дат «Вахта Памяти», «День Неизвестного солдата», День памяти и скорби – **журналистам лень** перепроверять. Внимательно относитесь к разделению понятий «Красная армия» и «Советская армия».
- Расшифровывайте все аббревиатуры: в пресс-релизе не должно быть МРМОО «Поиск», только Московская региональная молодежная общественная организация «Поиск» или Московская организация «Поиск». Это касается и обозначений воинских формирований: шап, сд и т. п.
- Если новость связана с установлением имени солдата, поиском родственников или передачей реликвий, в ней должно быть указано кем, где и когда подняты останки или артефакты. В дополнение к новости, пожалуйста, давайте информацию о бойцах из ОБД «Мемориал».

РАБОТА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Ключевые площадки «Поискового движения России» в социальных сетях

- **ВКонтакте:** <https://vk.com/rfpoisk>
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/poiskrf/>

ВКонтакте – это новости в первую очередь для участников движения. Instagram ориентирован на всех, кому небезразлична наша работа.

Призываем вас использовать хештег **#ПоисковикиРФ** в ваших собственных публикациях. Благодаря ему формируется лента новостей поисковиков со всей страны – если кликнуть на хештег, откроются в хронологическом все посты, в которых эта отметка использовалась.

В инстаграм можно подписаться на наш хештег:
<https://www.instagram.com/explore/tags/поисковикирф/>

РЕКОМЕНДАЦИИ

- Тексты для социальных сетей должны быть более эмоциональными, личными, чем для сайта или СМИ.
- Оптимальный размер поста – около 1 тысячи знаков, не более 6–10 предложений. Для более объемных текстов в ВКонтакте есть формат «лонгрид/статья».
- Контролируйте то, что происходит у вас на стене в сообществе, сделайте публикацию новостей на стене через «предложенные новости», а задавать вопросы в группе пользователи могут через функцию «сообщения» сообщества. Чтобы видеть актуальные входящие сообщения вы можете добавить его в «Избранное».
- Не увлекайтесь репостами из других групп – не более 1 репоста на 3 ваших собственных поста. Не забрасывайте паблик – старайтесь чтобы хотя бы раз в неделю выходил новый пост. Человек, который впервые зашел в вашу группу должен видеть актуальную информацию именно о вашей работе.
- Не забывайте отвечать на комментарии и особенно на вопросы.
- Не стесняйтесь использовать смайлики – они помогают расставить акценты и передают ваши эмоции, даже если сам текст сухой и формальный.
- Также вы можете размещать в соцсети публикации СМИ, освещающих мероприятие поискового отряда.
- Первый шаг для популяризации вашей страницы в социальных сетях, если вы ее только завели – разослать по электронной почте новость друзьям и партнерам, своим личным друзьям в социальных сетях. Лучше если к этому моменту у вас в группе уже будет 3–4 новости о работе вашего отряда.

ИДЕИ ДЛЯ КОНТЕНТА

Каждую новость можно разредить на несколько постов – выделить из нее ключевые цифры, факты, цитаты.

Также вы можете составить контент-план на основе информации непривязанной к актуальным событиям. Предлагаем 30 идей для постов в социальных сетях, которые помогут с разных сторон рассказать о вашей работе.

Было/стало	Слайд-шоу	Цитата
Алгоритм действий	географическая карта	История, рассказ
Голосование	Подборка цитат	Текст
Календарь	Отдельная фотография	Таймлайн (лента времени)
Таблица	Короткий факт, справка	Предмет в разрезе
Прямая трансляция	Вопрос – ответ	Подборка ссылок
Чеклист	Диаграмма	Цифра
Словарик	Фоторепортаж	График
Опрос	Рейтинг	Тест
Биография	Аудиофрагмент	Интервью

ЧЕКЛИСТ ДЛЯ НАПИСАНИЯ ПОСТА В КОНТАКТЕ

- Проверьте длину текста – около 1000 символов, 2–4 абзаца по 1–3 предложению (если текст больше по объему – используйте формат «лонгрид/статья»)
- Разбейте текст на короткие абзацы – 1–3 предложений
- Расставьте смайлики, если хотите выделить какую-либо мысль
- Добавьте хештег #ПоисковикиРФ и ваши личные хештеги
- Выберите фото – 1–9 разноплановых кадров.

ФОТОГРАФИИ ИЗ ЭКСПЕДИЦИЙ

Лучше всего новость об экспедиции проиллюстрирует фото отчет из 5–7 фотографий. Постарайтесь сохранить на фото три плана:

1. **Общий** (место работ, окружающая местность);
2. **Средний** (поисковики за работой в полный рост, лицом в кадре, или в пол-оборота, портретно);
3. **Детали** (находки, поисковый инструмент);

Если нет возможности очистить находку – поместите ее на контрастный фон – снег или траву. Или возьмите находку в ладонь и сфотографируйте ее крупно, сфотографируйте вашего коллегу, бережно держащего находку в руках.

Лучшая иллюстрация о уставленной судьбе бойца – его фото, обязательно попросите ее у родственников, если нет возможности сканировать фото, сфотографируйте на телефон.

Все фотографии должны соответствовать Моральному кодексу поисковика.

В КАДРЕ БЫТЬ НЕ ДОЛЖНО:

- Мужчин голым торсом, девушек в купальниках.
- Курящих в кадре людей, а также бутылок со спиртным
- Попадания в кадр крупных надписей на английском языке, логотипов.
- Неуместно фотографировать выкладки того, что «накопали» с целью похвастаться. Подобная фотография, если она необходима должна сопровождаться военно-историческим описанием найденных предметов.

ЧТО ДОЛЖНО БЫТЬ ОБЯЗАТЕЛЬНО:

Если речь идет о об установлении плит, табличек с именами бойцов, то должна быть фотография с хорошо читаемыми именами и надписями на табличке. Если новость о церемонии захоронения бойца и родные или караул несут фото – сфотографируйте портрет бойца крупно. Делайте все фотографии в горизонтальном формате.

ФОТОГРАФИИ МЕРОПРИЯТИЙ

Старайтесь избегать фотографий людей скучающих, листających ленту смартфона, слишком отвлечённых и задумчивых лиц. Лучше попросить кого-то слегка улыбнуться и сделать один эмоциональный кадр, чем опубликовать пять фото, где все заняты своими делами и не слушают выступающих.

Старайтесь сфотографировать людей **в действии**, а не статично стоящих перед фотографом. Особенно это относится к фотографиям с работ по благоустройству захоронений.

Постарайтесь сохранить на фото три плана:

1. **Общий план;**
2. **Выступающий погрудно,** фотография людей, сидящих в первом ряду;
3. **Детали** – если находящиеся в зале что-то записывают сфотографируйте руки, ручку и блокнот. Если в зале есть люди в поисковой форме – сфотографируйте их так чтобы были видны шевроны и награды. Если в мероприятии запланирована презентация книги, передача личных вещей бойца обязательно сфотографируйте автора с книгой, саму книгу, момент передачи вещей родным.



Нам доверена Память!





Общественная палата
Российской Федерации
CIVIC CHAMBER OF THE RUSSIAN FEDERATION

www.oprf.ru

 vk.com/rfpoisk

 www.instagram.com/poiskrf/

РФ-ПОИСК.РФ

#ПоисковикиРФ