

Участник: Вячеслав Викторович Лащевский

Организация: Коммуникационное агентство АГТ

Клиент: Министерство образования и науки Российской Федерации

Название: «Journalists4education»

Секция 1 - Коммуникационный менеджмент

Категория 6 - Связи с различными аудиториями

Временные рамки: Октябрь 2009г. – Декабрь 2010 г.

Краткое описание: «Изменение количественных и качественных показателей информационного поля реформы российского образования посредством работы с 4 группами журналистов (177 человек)».

НЕОБХОДИМОСТЬ/ВОЗМОЖНОСТЬ

В России в течение последнего десятилетия реализуется реформа образования. Некоторые ее элементы вызывают негативную оценку у населения, что существенно тормозит реформу.

Основными причинами негативной оценки являются нехватка информации о сути реформ и наличие в СМИ материалов негативного содержания по ключевым элементам реформы.

Для решения этой проблемы необходимо выстроить системную эффективную информационную работу со СМИ и медиа-сообществом.

В России традиционно высок уровень доверия к СМИ и как к институту общества, и как к источнику информации (*Приложение 1*). Это позволило разработать и реализовать проект «Journalists4education». Суть проекта - изменение количественных и качественных характеристик информационного поля* реформы образования через работу с ограниченным пулом журналистов.

*Справка: информационное поле по БД «Интегрум» (4 425 СМИ).

Проект был реализован в 2010 году, объявленном Годом Учителя в Российской Федерации, что создало дополнительные предпосылки для реализации проекта.

ПЛАНИРУЕМАЯ АУДИТОРИЯ ИЛИ АУДИТОРИИ

В качестве целевой аудитории проекта была выделена группа журналистов образовательного пула – 177 человек, представляющих 138 СМИ. В октябре 2009 г. среди журналистов были проведены опросы и выявлены специфические потребности, в соответствии с которыми целевая аудитория была разделена на 4 подгруппы:

№	Целевая группа	Состав	Особенности, специфические ожидания
1.	Журналисты российских информационных агентств, новостных Интернет-ресурсов	22 человека	<ul style="list-style-type: none">Оперативное получение анонсов о мероприятиях с участием первых лиц федерального и регионального уровней (интересно, что новости при этом могут размещаться как в образовательных, так и в региональных разделах, а также на главных лентах новостей).Пресс-релизы по состоявшимся мероприятиям в оперативном режиме с фактурой, цитатами, комментариями.
2.	Журналисты общественно-политических и деловых федеральных СМИ	23 человека	<ul style="list-style-type: none">Информационные поводы - медийные истории. Желание получить «картинку», success-story и пр.Перечень спикеров, экспертов, лидеров общественного мнения и ньюсмейкеров образовательной сферы с контактами, необходимыми для оперативного получения комментариев (учителя, директора школ, ректоры вузов, депутаты, чиновники, бизнесмены и пр.).Заинтересованность в проведении пресс-мероприятий (круглые столы, брифинги, прямые линии, он-лайн трансляции в Интернете) на информационных площадках своих изданий (КП, МК, Российская газета, Коммерсант, Известия).
3.	Журналисты образовательных федеральных медиа (в т.ч. Интернет-ресурсов)	28 человек	<ul style="list-style-type: none">Официальные комментарии по отдельным направлениям образовательной политики, в т.ч. по вновь принимаемым законодательным актам; получение этих комментариев именно от авторов и разработчиков. Получение рекомендаций чиновников от образования, как реализовать эти акты на практике.Специальная аналитика для профессионального сообщества.

			Освоение журналистами новых практик реализации образовательной политики на личном опыте (выезд в образовательные учреждения, участие в специальных тренингах и практикумах для педагогов, посещение специальных мероприятий для учащихся и пр.).
4.	Журналисты региональных и муниципальных СМИ, в том числе образовательных	104 человека	<ul style="list-style-type: none"> • Полный список конкретных мероприятий: региональных, федеральных и международных с контактами организаторов • Доступ к федеральным ньюсмейкерам, получение подробных разъяснений по интересующему вопросу. • Получение консультаций и разъяснений содержания реформ образования.

Общие информационные запросы целевой аудитории (не зависят от подгруппы):

- официальные документы, программы, проекты. С облегченной интерпретацией и комментариями составителей, представителей Минобрнауки, экспертами;
- новости;
- перечень мероприятий с участием первых лиц;
- официальная статистика и аналитика;
- тезисы с выступлений официальных лиц (Президент, министры, губернаторы и т.д.);
- доступ к фотоархиву мероприятий;
- перечень мероприятий: международных, федеральных и региональных.

Списки целевой аудитории по подгруппам (*Приложение 2, 3, 4, 5*).

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Миссия проекта - изменение установок и моделей поведения институтов общества по отношению к реформам российского образования.

Цель проекта - Увеличение количества публикаций по образовательной тематике в общем российском информационном поле на 40% (в 2009 году - 60 тысяч публикаций) и снижение доли негативных публикаций в общем информационном поле в два раза (2009 г. – 4 200 публикаций).

Задачи проекта:

- увеличение количества публикаций по теме образования, опубликованных журналистами целевых подгрупп, на 50% (на старте проекта в 2009 году общее количество публикации 177 журналистов целевой аудитории - 4 141);
- увеличение количества СМИ, пишущих об образовании (транслирующих информацию целевой аудитории), на 10% (2009 год - 1954 СМИ).

ОПИСАНИЯ И РЕШЕНИЯ

Только традиционными методами удовлетворить специфические информационные потребности выделенных подгрупп журналистов не представлялось возможным. Поэтому был применен новый принцип информационной работы, когда, помимо классических форматов (рассылка пресс-релизов, организация пресс-мероприятий и пр.), с каждой подгруппой журналистов проводились специально разработанные мероприятия.

Основные структурные элементы проекта: Пресс-служба** Министерства образования и науки РФ, действующая в составе Минобрнауки с 2004 года, и специально созданный для реализации проекта Пресс-центр Года учителя.

** Справка. Пресс-служба Министерства образования и науки РФ ведет разъяснительную кампанию в поддержку модернизации российского образования, организует официальные пресс-мероприятия, является источником официальной справочной, статистической и аналитической информации.

Пресс-центр Года учителя – организован коммуникационным агентством АГТ для организации системной работы с журналистами в рамках проекта. Головной офис Пресс-центра находился в Москве, филиалы – в каждом федеральном округе, представители – в каждом регионе России (всего в составе Пресс-центра - 95 специалистов).

Пресс-центр осуществлял работу по удовлетворению **общих запросов** журналистов:

- рассылка пресс-релизов (более 200);
- организация 4 пресс-конференции в ИА «Интерфакс» и «РИА Новости»;
- организация пресс-туров (5 пресс-туров);

- подготовка стенограмм мероприятий, проведение фотосессий, сбор и обработка первичных материалов мероприятий Года учителя и пр.

На базе ИА «Интерфакс» - ведущего информационного агентства страны была создана главная информационная площадка Пресс-центра Года учителя www.uchitel2010.interfax.ru.

В рамках проекта на сайте размещено более 2 тысяч материалов, в т.ч.:

- новости, статистика, аналитика <http://uchitel2010.interfax.ru/Int.asp?rbr=10&Int=1>;
- фото и видеобанк <http://uchitel2010.interfax.ru/photo.asp>, uchitel2010.interfax.ru/rbr.asp?rbr=19.

Также на сайте Пресс-центра были выложены для использования журналистами:

- бренд-бук Года учителя <http://uchitel2010.interfax.ru/rbr.asp?rbr=26>;

- перечень основных мероприятий - Календарь года учителя – структурированный перечень наиболее значимых международных, общероссийских и межрегиональных событий в сфере образования РФ (*приложение 6*);

Для повышения активности журналистов был организован конкурс журналистских материалов «PROобразование». Конкурс прошел по 6 номинациям. В нем принял участие 61 журналист целевой аудитории.

Специальные практические действия были разработаны в соответствии со специфическими запросами подгрупп в рамках целевой аудитории:

1. Журналисты российских информационных агентств, новостных Интернет-ресурсов

- Для оперативной рассылки анонсов о мероприятиях с участием первых лиц федерального и регионального уровней на официальном сайте пресс-центра Года учителя создана лента новостей, где транслировалась информация, поступающая напрямую от пресс-службы Минобрнауки, других министерств и ведомств, а также оперативно размещались новости региональных отделений агентства «Интерфакс»;
- Пресс-релизы по состоявшимся мероприятиям с фактурой, цитатами, комментариями поступали участникам выделенной подгруппы в течение получаса после мероприятия;
- Было организовано on-line (24 часа) консультирование журналистов (прислать стенограмму, фотографию, дать телефон спикера и пр.).

2. Журналисты общественно-политических и деловых федеральных СМИ

Для генерации, сбора существующих информационных поводов, необходимых для активизации данной группы журналистов, было выбрано два взаимодополняющих решения:

- Дополнительно к сайту Пресс-центра Года Учителя организована площадка Года учителя в Интернете для регионов, куда выкладывалась более подробная информация о региональных событиях в сфере образования - www.openclass.ru/2010. Всего на данном ресурсе было размещено более 5 тыс. материалов, кроме того, на сайте через тэги велся мониторинг активности регионов;
- Проведены специальные акции, которые стали самостоятельными медийными проектами и инициировали в СМИ большое количество публикаций:
 - Открытый конкурс в сети Интернет на лучшую эмблему Года учителя – более 3 тыс. участников (*Приложение 7*);
 - Акция «Выпускник Года учителя» - май-июнь 2010 года (брендированные выпускные вечера старшеклассников по всей стране) - более 200 тыс. участников в 32 регионах;
 - Акция «Урок успеха. Знаешь – научи!» - октябрь-декабрь 2010 года, более 300 тыс. человек из 40 регионов России;
 - Конкурс рассказов о самом интересном событии в жизни школы в 2010 году (на сайте www.e-generator.ru) – 1100 рассказов.

Также для данной подгруппы был сформирован постоянно обновляющийся перечень спикеров и ньюсмейкеров образовательной сферы (*Приложение 8*).

3. Журналисты образовательных федеральных медиа (в т.ч. Интернет-ресурсов)

Для создания условий освоения журналистами новых практик в области образования на личном опыте было организовано участие в официальных мероприятиях Года учителя:

- Всероссийский конкурс «Учитель года России» - погружение в практику применения современных образовательных технологий лучшими учителями страны – пресс-тур для 15 журналистов;

- I Съезд учителей, работников образования государств-участников СНГ – участие в обмене опытом российских педагогов и экспертов в области образования на международном уровне – пресс-тур для 10 журналистов;
- Коллегия Минобрнауки России – участие в стратегическом обсуждении приоритетных направлений образовательной политики в Российской Федерации – участие 20 журналистов.

4. Журналисты региональных и муниципальных СМИ, в том числе образовательных

- Для получения журналистом полной информации о мероприятиях своего региона на базе федерального Календаря Года учителя были разработаны региональные Календари Года учителя, куда вошли наиболее значимые мероприятия в сфере образования, в т.ч. межрегиональные;
- Для обеспечения доступа к федеральным ньюсмейкерам, а также получения консультации по содержанию образовательной реформы от ее непосредственных разработчиков и исполнителей. были проведены три семинара для региональных журналистов с участием федеральных экспертов и спикеров (*Приложение 9*).

ИСПОЛНЕНИЕ И СЛОЖНОСТИ

Участие в проекте дало возможность журналистам выделенной целевой аудитории оперативно получать и активно транслировать достоверную информацию о реформах образования, а также мотивировало их на собственную проектную деятельность. В Кемеровской области журналисты, пишущие на тему образования, попробовали собственные силы в качестве школьных учителей (*Приложение 10*). В Башкирии журналисты собственными силами реализовали проект «Информационное освещение X съезда учителей Республики Башкортостан» (*Приложение 11*).

Материалы, публикуемые участниками проекта, за счет их оперативности, высокого качества, наличия экспертных оценок и пр. стали активно транслироваться изданиями, не охваченными данным проектом, создавая «вторую волну» публикаций.

Сложность реализации проекта заключалась в недостаточной погруженности региональных журналистов в суть реформы образования. Три обучающих семинара, организованные в рамках проекта, не удовлетворили в полной мере потребность журналистов в информации от «первоисточника», в разъяснениях и консультациях. Для решения этой задачи совместно с пресс-службой Минобрнауки Российской Федерации были организованы 3 семинара для пресс-секретарей органов управления образованием регионов России***, которые обеспечили более точное индивидуальное взаимодействие с журналистами на местах.

***Справка. Пресс-секретарь – специалист органа управления образованием региона России. В обязанности входит информирование СМИ и широкой общественности о деятельности (направлении, программе, проекте, мероприятии) регионального органа управления образованием.

ИЗМЕРЕНИЕ/ОЦЕНКА

В ходе реализации проекта были перевыполнены все поставленные задачи:

- Обеспечен рост количества публикаций целевой аудитории с 4 141 до 7 240 - рост 75% (*Приложение 12*);
- Количество СМИ, участвующих в информационной кампании модернизации образования, выросло с 1954 до 2203 изданий (более чем на 10%) (*Приложение 13*).

Это позволило достичь поставленной цели проекта:

- Общее количества публикаций по теме образования выросло с 60 до 90 тысяч – на 50%. (*Приложение 14*);
- Обеспечено снижение негативных публикаций в общем информационном поле с 4200 до 1 800, в 2.3 раза (*Приложение 15*).

Эффективность проекта:

При общем бюджете проекта - 11,7 млн. руб. AVE составил 101 млн. руб. (исследования аналитического агентства <Смыслография> по БД <Интегрум>) (*Приложение 16*).