

положень установчих документів відповідними рішеннями суддів, що в свою чергу створює труднощі для адвокатів, які працюють у Суді. Але не дивлячись на поправки, які вносяться у функціонування цієї системи протягом низки років, система юридичної допомоги Суду є основоположним компонентом його відданості принципу справедливого судового розгляду, визначеного Римським статутом. І хоча, як зазначалось вище, ще рано проводити глибокий аналіз, Суд виявляв пильність і активність з метою забезпечення того, щоб до цього часу його система юридичної допомоги застосовувалась розумним чином і реагувала на реальні потреби, що виникають у результаті розгляду справ у Суді. Суд проводить і продовжуватиме здійснювати ретельний моніторинг реалізації його програми юридичної допомоги для забезпечення гарантування цієї програмою ефективного і дієвого юридичного представництва відповідно до основоположних принципів рівності сторін, об'єктивності, транспарентності, безпервності та економічності.

#### Використана література:

1. Бангкокская декларация "Взаимодействие и ответные меры: стратегические союзы в области предупреждения преступности и уголовного правосудия" A/CONF. 203/18.
2. Rome Statute A/CONF. 183/9.
3. Официальные отчеты Ассамблеи государств-участников Римского статута Международного уголовного суда, шестая сессия, Нью-Йорк, 30 ноября 2007 года, (издание Международного уголовного суда, ICC-ASP/6/20), том II, часть B.1, II G, пункт 80.
4. Доклад о функционировании системы правовой помощи Суду и предложения по ее изменению ICC-ASP/6/4, пункты 32-37.
5. 2007 Regulations of the Court - ICC- BD/01-02-07.
6. Доклад о различных механизмах юридической помощи, существующих в рамках международных уголовных юрисдикций ICC-ASP/7/23, пункт 49.
7. Regulation of the Registry ICC-BD/03-01-06- Rev 1.
8. Rules of Procedure and Evidence ICC-ASP/1/3 (part II-A).
9. Code of Professional Conduct for counsel ICC-ASP/4/3Res.1

УДК 347.96

С.В. Сич

#### ПОРЯДОК ТА СПЕЦИФІКА ПРОВЕДЕННЯ ПРЕС-КОНФЕРЕНЦІЙ В ЮРИДИЧНИХ КЛІНІКАХ

У цій статті зроблено акцент на прес-конференції як ефективному методі передачі інформації засобам масової інформації. Дійсно, сьогодні інформації про діяльність юридичних клінік у засобах масової інформації недостатньо, не всі ще знають про їхню роботу, про їхні переваги в справі право-

вого захисту суспільства, і тому висвітлення діяльності клініки в ЗМІ позитивно позначається на кількості її клієнтів.

У статті наведено сценарій проведення прес-конференції, дано поради щодо правильного її ведення й ходу.

Крім практичних рекомендацій стосовно проведення прес-конференції, у статті зазначається, які матеріали необхідно підготувати для якісного її проведення.

Ключові слова: *юридична клініка, засоби масової інформації, прес-конференція.*

Вданной статье сделан акцент на пресс-конференции как эффективном методе передачи информации средствами массовой информации. Действительно, сегодня информации о деятельности юридических клиник в средствах массовой информации недостаточно, не все еще знают о ее работе, о ее преимуществах в деле правовой защиты общества, и поэтому освещение деятельности клиники в СМИ позитивно сказывается на количестве ее клиентов.

В статье приведен сценарий проведения пресс-конференции, даны советы по ее правильному ведению и ходу.

Кроме практических рекомендаций в отношении проведения пресс-конференции, в статье указывается, какие материалы необходимо подготовить для ее качественного проведения.

Ключевые слова: *юридическая клиника, средства массовой информации, пресс-конференция.*

In this article author, using the practical experience for work in a legal clinic did an accent on a press-conference as the effective method of information transfer to the mass Medias. Indeed, today information about activity of legal clinics it is not enough in mass Medias, not still know about its work, about its advantages on business of legal defense of society, and illumination of activity of clinic in mass Medias positively tells on the amount of clients in a clinic.

The scenario of lead through of press-conference is resulted in the article; councils are given of correct conduct and motion of conference.

Except for practical recommendations in regard to the lead through of press-conference, in the article is specified, what materials must be arranged for the high-quality lead through of her.

Key words: *juridical clinic, the media, press conference.*

Співпраця співробітників юридичних клінік із засобами масової інформації є одним із видів поширення інформації про діяльність клінік з метою охоплення великої кількості клієнтів, які потребують безкоштовної юридичної допомоги. Одним з найбільш ефективних способів донесення цих важливих новин або заходів до широкої аудиторії є проведення прес-конференції. Зустріч журналістів з представниками державних установ, громадсько-політичних організацій, комерційних структур називається прес-конференцією. Прес-конференція є досить ефективним методом передачі інформації засобам масової інформації. Прес-конференція,

отримавши велике розповсюдження як метод спілкування із засобами масової інформації, дає дуже позитивні результати. Основне призначення прес-конференцій полягає у адресному розповсюдженні інформації (новин, документації, фотографій) серед редакцій ЗМІ. Цей метод розповсюдження інформації простий, недорогий і дуже ефективний.

Проте, перш ніж починати такий захід, слід звернути увагу на деякі важливі моменти. Насамперед, для організації прес-конференції необхідний вагомий мотив. Запрошення представників засобів масової інформації на прес-конференцію, яка виявиться для них неважливою, може спричинити те, що наступного разу вони не прийдуть, навіть якщо буде серйозний інформаційний мотив. Головне, щоб новина мала цінність для засобів масової інформації і щоб прес-конференція стала найбільш ефективним способом її розповсюдження.

Важливо наперед поінформувати засоби масової інформації і підготуватися до прес-конференції заздалегідь. Це необхідно для того, щоб дати засобам масової інформації достатньо часу для планування і розроблення власної стратегії щодо висвітлення події: можливо, виникне бажання більш глибоко вивчити тему або провести попереднє інтерв'ю.

Засоби масової інформації необхідно попередити про прес-конференцію за півтора тижні до призначеної дати, за три - чотири дні до прес-конференції добре було б надіслати нагадування або передзвонити відповідно і переконатися в тому, що вони знають про прес-конференцію і отримали відповідну інформацію.

Слід заздалегідь подбати про приміщення для прес-конференції. Не варто замовляти зал на 500 чоловік, якщо очікується значно менше. Вид приміщення також може грати важливу роль. Необхідно обов'язково переконатися, що в ньому є належне електроустаткування, достатня кількість стільців, трибуна і інше, необхідне для проведення даного заходу.

Добре, якщо прес-конференції проводиться недалеко (або там же) від того місця, де відбувається акція, що стала мотивом для її проведення. Окрім - бажано, щоб місце проведення прес-конференції було недалеко від зупинок громадського транспорту, щоб запрошеним було зручно добратися. Чим більше буде створено зручностей для представників засобів масової інформації, тим більша вірогідність того, що вони прийдуть, а, отже, про даний захід буде поінформована громадськість.

Важливо організувати прес-конференцію у такий час, щоб всі засоби масової інформації могли її вчасно висвітлити. Якщо скликається прес-конференція в другій половині дня, це означає, що інформація про подію з'явиться в засобах масової інформації не раніше наступного дня. Прес-конференція, призначена на кінець тижня, означає, що інформація про акцію може з'явитися у вихідні або навіть пізніше, в понеділок. Найкращий час проведення прес - конференції - початок тижня, як правило, не пізніше середи, до 11 години ранку.

### Матеріали прес - конференції

Для проведення прес-конференції необхідно підготувати два пакети матеріалів. Перший пакет – це "довідник" для преси, на основі якого засоби масової інформації роблять повідомлення. Необхідно стежити за тим, щоб дані були ретельно перевірені: правильно подані імена і посади ключових осіб, які візьмуть участь у прес-конференції, назви організації, адреси, телефони. Ця інформація розсилається засобам масової інформації у вигляді прес-релізу.

Другий пакет матеріалів можна розіслати засобам масової інформації безпосередньо перед прес-конференцією або передати її учасникам при вході. Цей пакет, крім основної, може містити додаткову інформацію.

Добре також передати на прес-конференції відповідні візуальні матеріали: малюнки, плани, таблиці, зразки, відео матеріали, тощо, якими можна скористатися для реклами акції.

Ще один пакет матеріалів, який можна розповсюдити у зв'язку з прес-конференцією, входить у так звану "підборку для преси". Це – вся стандартна інформація про юридичну клініку плюс розширена інформація, яку засоби масової інформації, можливо, побажають зберегти у своїх папках на майбутнє.

У "підборку для преси" необхідно вкласти лист із визначенням місці юридичної клініки, декілька звітів або прес-релізів, інформаційні брошури, вирізки з газет, про діяльність юридичної клініки. Така "підборка для преси" є зручним джерелом інформації.

До редакторів телевізійних випусків новин, як і до редакторів агентств преси і щоденних електронних інформаційних видань, краще звертатися особисто. Особисті контакти сприятимуть більш тісному спілкуванню, а отже, – більш широкому висвітленню діяльності юридичної клініки, забезпеченню можливості персонального лобіювання в майбутньому.

Надзвичайно важливо почати прес-конференцію точно у призначений час або принаймні не пізніше ніж через 10-15 хвилин. Якщо затримка буде більшою, ви ризикуєте втратити засоби масової інформації, представники яких прийшли вчасно. У всіх засобах масової інформації свої графіки роботи, і час треба цінувати. Перед початком прес-конференції переконайтеся в тому, що кожний учасник отримав необхідний матеріал.

Прес-конференція розпочинається коротким представленням ключових осіб, називаються їхні посади або функції, які вони виконують, формулюється мета організації прес-конференції. Вступне слово має тривати 10-15 хвилин. Після цього переходьте до питань-відповідей. Бажано, щоб на питання представників засобів масової інформації відповідали одна - дві особи. Велика кількість відповідаючих викличе плутанину щодо того, хто саме повинен відповідати на те або інше питання.

Різні точки зору або дві різні відповіді на одне питання можуть створити серйозні проблеми.

Цілком доцільно запросити на прес-конференцію почесних гостей - мера, керівників різних рівнів, чоловіків і дружин ключових осіб і т. ін. Необхідно передбачити для них спеціальне місце (можна поряд із трибуною або у першому ряду).

Необхідно призначити людину, яка б взяла на себе роль модератора і організовано вела прес-конференцію.

Модератор може принаймні гарантувати, що кожен буде мати можливість за чергою отримати відповіді на свої запитання.

Відповідь "без коментарів" на запитання може відразу створити враження, що ви щось приховуєте, або приховуєте предмет розголосу. Якщо на запитання складно відповісти або нам невідома відповідь, слід сказати про це. Можливо, журналістам це не сподобається, але вони зрозуміють. Наприклад, найліпша фраза може бути такою: "Зараз у мене немає цієї інформації. Залиште свій номер контактного телефону і я вам зателефоную, коли отримаю необхідні відомості"

Ніколи не дозволяйте спотворювати вашу відповідь. Якщо ви зачепили делікатну тему, переконайтеся, що вас правильно зрозуміли. Не надавайте за своєю ініціативою ніякої негативної інформації. Якщо вас закликають дати негативну інформацію, зробіть це якомога більш стисло і не забудьте наголосити на будь-якій позитивній інформації, яка у вас є.

Відповіді на "небезпечні" питання давайте вичерпні, проте не повідомляйте ніякої додаткової інформації або "історії питання" за своєю ініціативою. Заглиблення в деталі може спричинити те, що впливуть факти, які ви не хочете обговорювати.

Як тільки питання з боку засобів масової інформації починають виходити за рамки даної прес-конференції, це означає, що засоби масової інформації отримали необхідну інформацію. Якщо основна мета прес-конференції досягнута, час завершувати її, навіть якщо вона була короткою. Звичайно, прес-конференція триває не більше 20-30 хвилин. Якщо в ході питань-відповідей не були розкриті певні важливі пункти, це можуть зробити ключові учасники прес-конференції.

Пам'ятайте, що вся інформація, яку необхідно розповсюдити, міститься у матеріалах, які отримали учасники прес-конференції.

Прес-конференція - це, перш за все, слухна нагода для журналістів записати персональні виступи й отримати додаткову інформацію, яка дасть їм можливість детальніше висвітлити новину. Для цього слід виділити їм кілька хвилин додатково після завершення прес-конференції.

Кореспонденти радіо - або телекомпаній звичайно використовують цей час, щоб взяти короткі "ексклюзивні" інтерв'ю, звернутися із питаннями до ключових учасників прес-конференції, коли вони виходять із залу.

Деякі представники засобів масової інформації можуть мати специфічні питання, які вимагають більш детального роз'яснення, проте не варто допускати, щоб конференція затягувалася на більш ніж 30 хвилин, оскільки це може створити ризик непотрібних питань і вимушених відповідей.

По закінченні офіційної частини прийнято пригощати представників ЗМІ. І хоча, на перший погляд, фуршет представляється не такою важливою частиною зустрічі, це далеко не так. Подібного роду неформальні зустрічі мають великий змістовний сенс і грають важливу роль. Пояснюється це перш за все тим, що саме тут відкриваються величезні можливості для встановлення заснованих на взаємній довірі ділових контактів, відкриваються нові джерела обміну інформації і послуг як з боку журналістів, так і з боку представників юридичної клініки.

#### Використана література:

1. Закон України "Про вищу освіту" від 17 січня 2002 року зі змінами від 20 грудня 2006 року.
2. Гаращук М. Юридична клініка - місце, де вчаться лікувати суспільство / Юридична газета. - № 7, 2007р. Ст.22.
3. Грамадський Е. У юридичному бізнесі основна роль має віддаватися непрямым різновидам / <http://www.legiteam.ws/ua/prog.php>
4. Держава чекає від освітян підготовки висококваліфікованих юристів / <http://www.minjust.gov.ua/0/news/7876>
5. Дулеба М.В. Діяльність юридичних клінік в Україні: шляхи розвитку та вдосконалення. - К.: Атіка, 2004. - 160 с.
6. Журавський В., Копиленко О. Юридична освіта в Україні: сучасний стан та напрями вдосконалення / Право України. - № 11, 2004р., ст. 3-6.
7. Калюжна М.П. Юридичні клініки в Україні / [kalyuzhnaya@zisng.zp.ua](mailto:kalyuzhnaya@zisng.zp.ua)
8. Котуха О.С., Гентош Р.Є. Деякі аспекти врегулювання відносин між "юридичною клінікою" та клієнтом / Вісник Асоціації юридичних клінік України. - № 1, 2005р, ст. 9-11.
9. Организация и управление в юридической клинике: Опыт практической деятельности в современной России: Учебное пособие. - М.: Дело, 2003. - 304 с.
10. Юридичні клініки" в Україні: роль, завдання та організаційно-правові засади: Посібник / За ред. М. В. Дулеби.- К.: МП "Леся", 2003.
11. Янчук А. Карьерный рост: за и против // Юридическая практика. - № 20. - 18.05.2004.