



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

ПРОЕКТ “УКРАЇНА: ВЕРХОВЕНСТВО ПРАВА”



Академія суддів України

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ

**Навчально-методичний посібник
для викладачів суддів і працівників апарату суду**

Розроблений у 2010 р., доповнений у 2011 р.

ЛЮТИЙ 2011

ВСТУП

Цей посібник підготовлено в рамках Проекту «Україна: верховенство права» за підтримки Агентства США з міжнародного розвитку. Цілями Проекту є:

- підвищення прозорості та підзвітності судової системи;
- здійснення судової реформи на засадах верховенства права.

У цьому посібнику представлені матеріали навчальної програми з ефективних стратегічних комунікацій суду. Програми з цієї тематики сприятимуть забезпеченню справедливого та неупередженого судочинства. За допомогою ефективної комунікацій суди зможуть не лише вирішувати свої поточні завдання, але й підвищувати довіру громадян до судової системи, сприяти покращенню якості правосуддя в Україні. Відповідні органи, зокрема Державна судова адміністрація України та її територіальні управління, зможуть використати цей посібник для розробки та впровадження власних програм зі стратегічних комунікацій.

Посібник складається із шести частин:

- Частина 1 «**Розробка навчальної програми для суддів**» стосується процесу планування програми, зокрема принципів навчання дорослих, мети навчальної програми, необхідності колективного планування та обговорення програми, визначення цілей програми та викладачів, а також використання цього посібника.
- Частина 2 «**Графік занять**» пропонує восьмигодинний та чотирьохгодинний розклади навчання.
- Частина 3 «**Конспект заняття**» включає виклад змістовної частини навчання та інструкції щодо методики представлення матеріалу учасникам.
- Частина 4 «**Матеріали**» включає навчальні матеріали для учасників.
- Частина 5 «**Слайди**» пропонує зміст наочних матеріалів.
- Частина 6 «**Оцінка навчання**» містить форму оцінки якості навчальної програми, матеріалів та викладачів.

Посібник підготовлений під керівництвом Девіда Вона, керівника Проекту «Україна: верховенство права», та Наталії Петрової, заступника керівника Проекту «Україна: верховенство права», за участі радників з питань права та комунікацій Проекту «Україна: верховенство права» Юрія Мухіна та Дмитра Філіпенка. За результатами семінарів для суддів, працівників апарату суду та журналістів «Суди та ЗМІ», а також семінарів «Підвищення ефективності судової системи і довіри до неї громадян через управління зв'язками з громадськістю» за участі експертів Ліа Гуровіц, Девіда Рамондіні, Анджеліти Племмер, судді Евелін Ланс, Розалін МакІннес.

Структура цього посібника та зміст розділів базуються на матеріалах посібника «Стратегічні комунікації суду або як досягти поставлених цілей», підготовленого Юрієм Мухіним, радником з питань права та комунікацій Проекту «Україна: верховенство права» та посібники «Суди у відносинах з журналістами: посібник для суддів», «Основи судової журналістики: посібник для журналістів» під редакцією Михайла Буруменського, Олександра Сердюка та Ірини Підкуркової.

ЗМІСТ

Частина 1. Розробка навчальної програми	1
Частина 2. Порядок денний навчання	9
Частина 3. Конспект заняття	13
Частина 4. Матеріали	63
Частина 5. Слайди	134
Частина 6. Оцінка навчання	147

ЧАСТИНА 1

РОЗРОБКА НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ ДЛЯ СУДДІВ

- I. Принципи навчання дорослих
- II. Процес планування
- III. Використання навчально-методичного посібника

Ця частина навчально-методичного посібника представлена у трьох аспектах, які доцільно брати до уваги при розробці навчальної програми зі стратегічних комунікацій для представників суддівського корпусу та працівників апарату суду. По-перше, оскільки навчання суддів і працівників апарату суду є різновидом навчання дорослих осіб, ця частина починається зі стислого огляду принципів навчання дорослих, що становлять підґрунтя для планування програми. Далі представлено процес планування моделі курсу. Цей розділ закінчується рекомендаціями щодо використання навчально-методичного посібника при розробці програми зі стратегічної комунікації судів.

I Принципи навчання дорослих

Чотири види принципів навчання дорослих є доречними для планування навчальних програм для суддів і працівників апарату суду. По-перше, дорослі особи мають низку характеристик, які впливають на те, як вони вчаться. По-друге, цілі навчання та навчальні роботи можуть стосуватися шести різних рівнів мислення дорослих. По-третє, щоб гарантувати досягнення цілей навчальної програми всіма учасниками, потрібні різнопланові навчальні методи. І по-четверте, важливими компонентами ефективного навчання дорослих є друковані та наочні матеріали.

Характеристики «дорослих учнів». Навчання суддів буде максимально ефективним, якщо при його підготовці взяти до уваги такі характеристики «дорослих учнів».

- Дорослі особи зазвичай прагнуть здобути нову інформацію і навички, якими можна негайно скористатися. Менш імовірно, що вони бажатимуть нових знань як таких.
- Дорослі володіють значним обсягом знань та досвіду ще до того, як починають опановувати навчальну програму. Існуючі знання та досвід учасників – важливий ресурс для викладачів навчальних програм для суддів.
- Дорослі вчаться найуспішніше, коли вони відчують, що їх цінують і поважають. Вони побоюються відкритої конкуренції та провалу в очах публіки, і це певною мірою шкодить навчанню.
- Дорослі краще засвоюють навчальний матеріал, коли беруть активну й творчу участь у самому процесі навчання.

Рівні мислення дорослих. Блум (Bloom) у своїй таксономії навчання стверджує, що у дорослих навички мислення можна розділити на шість категорій складності. Навчання суддів можна вибудувати таким чином, щоб допомогти учасникам досягти встановлених цілей на всіх вказаних нижче рівнях.

- *Знання.* На цьому, найфундаментальнішому, рівні розуміння учасники можуть повторювати, згадувати і характеризувати представлену інформацію.
- *Розуміння.* Цей рівень вивчення передбачає відтворення учасниками інформації власними словами. Вони можуть пояснювати, наводити приклади та підсумовувати.
- *Застосування.* Учасники здатні застосовувати інформацію або навички в новій ситуації. Вони можуть тлумачити, модифікувати та використовувати поняття й

навички.

- *Аналіз.* На цьому рівні мислення учасники здатні роз'єднати ціле на складові частини. Вони можуть виокремлювати, окреслювати й підрозділяти ідеї та навички.
- *Синтез.* Цей рівень розуміння дає учасникам змогу використовувати інформацію для створення нових ідей. Вони можуть розробляти плани й вирішувати проблеми.
- *Оцінка.* На цьому, найвищому, рівні мислення учасники можуть скласти судження на основі набору критеріїв. Вони здатні до критичного осмислення речей.

Набір різнопланових навчальних методів. Жоден окремий навчальний метод не може бути ефективним для всіх учасників. Так само жоден окремий навчальний метод не підходить для досягнення всіх цілей навчання. Використання набору різнопланових навчальних методів дасть змогу всім учням зберегти зацікавленість і досягти цілей програми. Нижче дається опис різних видів навчальних робіт.

Лекція. Цей метод дозволяє інструкторові контролювати надання інформації. Лекція може бути ефективним способом передачі інформації, коли цілі програми обмежені здобуттям знань та досягненням розуміння. Однак більшість учасників не здатні зберігати увагу до лекції впродовж більш ніж 20 хвилин підряд. Лекції ефективніші, коли їх доповнює показ наочних матеріалів та коли їх поєднано з іншими навчальними методами.

Дискусія. Дискусія є двостороннім спілкуванням між ведучим та учасниками або безпосередньо між учасниками. Дискусія залучає учасників до активного навчання. Вона може бути ефективним методом поліпшення запам'ятовування учасниками понять і здатна допомогти їм здобути навички вирішення проблем та критичного мислення. Дискусія дає змогу учасникам пропонувати нові ідеї і часто стимулює їх продовжувати навчання. Дискусія може відбуватися у великій або малій групі, а також між двома учасниками.

Ситуативний аналіз. У ситуативному аналізі фігурує реальна чи уявна ситуація, що ілюструє поняття або навички. Цей метод може посприяти досягненню прикладних цілей, а також тих, що пов'язані з аналізом, синтезом та оцінкою. Ситуативний аналіз можна застосовувати при роботі у великій або малій групі, а також індивідуально. Його можна проводити усно, проте зазвичай викладачеві простіше, коли його представлено в письмовій формі. Ситуативні аналізи найефективніші, коли в їх основі лежать реальні проблеми, з якими учасники мають справу в своїй професійній діяльності.

Моделювання. Цей метод передбачає, що кожен учасник гратиме певну роль. Моделювання має відображати реальні ситуації, що мають стосунок до учасників. Переваги моделювання полягають у тому, що воно залучає учасників до активного навчання і заохочує їх до критичного мислення та оцінок. Моделювання має ретельно готуватися ведучим, з тим щоб учасники чітко розуміли свої ролі та цілі моделювання.

Письмова робота. Короткі письмові вправи можуть підсилювати ефект інших навчальних методів. Наприклад, під час лекції викладач може зробити перерву на дві хвилини, впродовж яких учасники мають підсумувати в письмовій формі головні принципи лекційного матеріалу. Або ж, запропонувавши питання чи проблему для дискусії, ведучий може попросити учасників коротко викласти на папері їхні думки; скоріш за все, в подальшій дискусії візьмуть активну участь більше учасників і прозвучить більше вдумливих відповідей. Додатковою перевагою письмових вправ є те, що вони залучають до активної роботи кожного учасника.

Вікторини. Вікторина передбачає, що учасники дадуть відповіді (мовчки, „самі собі”, або в письмовій формі) на низку питань. Вікторини – ефективний спосіб розпочати заняття, з’ясувавши настрої та визначивши знання учасників, а також завершити заняття, закріпивши основні поняття, що їх було розглянуто на ньому. Вікторини залучають учнів до активної роботи і можуть використовуватись як метод започаткування дискусії.

Матеріали та наочні засоби. Більшість дорослих осіб краще засвоюють інформацію, коли сприймають її візуально, а не на слух. Ефективність навчання зростає, коли інформація подається й усно, і візуально. Отже, друковані матеріали та наочні засоби є важливими компонентами продуктивного навчання суддів.

Друковані матеріали повинні фігурувати на кожному занятті програми навчання суддів. Ці матеріали можуть мати різні форми. Нижче дано опис типових видів друкованих матеріалів, використовуваних у навчанні суддів.

Виклад. Цей вид матеріалу представляє інформацію в текстовій формі. Він містить усю інформацію, яку викладач має намір представити усно, а іноді й додаткові відомості. Учасники можуть підготуватися до заняття, прочитавши викладений матеріал; його можна також використовувати як довідковий, коли програму буде завершено.

Конспект. Цей вид матеріалу систематизує та підсумовує, в форматі конспекту, інформацію, що представлена викладачем на занятті. Учасники можуть користуватися конспектом під час заняття, щоб було легше слідкувати за лекцією і засвоювати матеріал. Конспекти також можуть містити відповідні графи, які можуть бути заповнені учасниками під час заняття, що має посприяти ще кращому розумінню змісту.

Перевірні листи. Перевірний лист містить низку питань для учасників або вказівок, якими вони можуть користатися, щоб вирішувати проблеми, аналізувати питання чи реалізовувати навички. Викладачі можуть використовувати перевірні листи для структуризації своїх лекцій. Учасники можуть використовувати перевірні листи під час заняття для того, щоби засвоювати зміст і оволодівати навичками, а також після заняття з тим, щоби застосовувати здобуті знання й

навички у своїй професійній діяльності

Форми. Цей вид матеріалу є корисним і під час програми, і після її закінчення. Під час заняття форми ефективно підходять для ілюстрації понять. Після завершення заняття учасники можуть пристосувати форми до використання у своїй повсякденній праці.

Бібліографія. Анотована бібліографія часто додається до вказаних вище видів друкованих матеріалів. Анотації містять стислий опис джерел друкованої інформації, а також вказівки учасникам щодо того, де вони зможуть дістати цю літературу, якщо захочуть дізнатися більше про ту чи ту тему, коли програму буде закінчено.

Наочні засоби мають використовуватися під час занять. Вони допомагають учасникам зрозуміти поняття, а викладачам дозволяють розширити арсенал активних навчальних методів. Існує чотири види наочних засобів: плівкові слайди, дошки для крейди, фліп-чарти та роздавальні матеріали.

Плівкові слайди – є найбільш поширеним видом електронних наочних засобів. Вони дають змогу всім учасникам бачити один і той же матеріал одночасно. Викладачі можуть підготувати слайди перед заняттям, скопіювавши матеріал на плівку або написавши текст на слайді. На відміну від матеріалу, який представлено на дошках, такі слайди є багаторазовими засобами тож викладачі можуть використовувати їх постійно. Щоб максимізувати ефективність слайдів як візуальних інструментів, на кожному з них слід давати незначний обсяг тексту, а шрифт має бути досить великим для того, щоб усі учасники могли прочитати текст.

Дошки для крейди – є вдалими наочними засобами для навчання й опанування матеріалу, якщо використовувати їх ефективно. На дошці можна написати перелік цілей заняття, ключових моментів лекції, ідеї, які висловлені учасниками в ході дискусії, і багато чого іншого. Дошки є найефективнішими, коли викладач використовує їх вибірково, подаючи на них лише найважливіші аспекти з метою закріплення головних ідей заняття.

Фліп-чарти – це великі листи паперу. Викладачі в більшості ситуацій можуть використовувати фліп-чарти замість слайдів та дошок. З огляду на свій обмежений розмір, фліп-чарти не можуть бути настільки ж ефективними при роботі з великими групами, як слайди та дошки. З іншого боку, фліп-чарти є ефективними засобами для занять з малими групами, коли потрібно зафіксувати ідеї, які висловлені учасниками. Крім того фліп-чарти є мобільним засобом, тож їх неважко мати під рукою, коли відсутні інші наочні засоби.

Роздавальні матеріали – різноманітні візуальні засоби. До їх числа належать конспекти, перевірні листи, графіки, діаграми, задачі, приклади та інструкції. Роздавальні матеріали дають змогу економніше розпоряджатися часом, відведеним

на заняття, оскільки учасникам не потрібно переписувати інформацію з дошки чи слайда. Крім того це – багаторазові матеріали, тож викладачі можуть використовувати їх у подальших заняттях, а учасники – після закінчення програми.

II Процес планування

У цій частині навчально-методичного посібника представлено модель процесу планування програми зі стратегічних комунікацій суду. Модель покликана служити орієнтиром. У більшості ситуацій організаторам програми буде доцільно дотримуватися цієї моделі. Проте в окремих випадках організатори пристосовують модель процесу планування до своїх конкретних потреб.

Модель процесу планування складається з п'яти елементів: (1) оцінка потреб; (2) цілі навчання; (3) створення комітету з планування; (4) викладацький склад; і (5) оцінка програми.

Оцінка потреб. Першим кроком організаторів програми зі стратегічних комунікацій має стати проведення оцінки потреб. Один із способів проведення ними такої оцінки – поставити собі низку запитань і спробувати дати на них відповідь. Наприклад:

- Чому потрібна або бажана програма зі стратегічних комунікацій суду?
- На яку аудиторію має бути спрямовано програму?
- Яким є нинішній рівень обізнаності учасників із принципами ефективної комунікації?
 - Що вони вже знають про комунікацію?
 - Який досвід вони мають у сфері комунікаційної взаємодії?
 - Яке їхнє ставлення до комунікацій суду?
- Які суттєві знання й навички потрібно здобути потенційним учасникам?

Можливо, організатори знають відповіді на ці питання завдяки своєму попередньому досвіду участі в програмах з цієї теми. В інших випадках організаторам доведеться проконсультуватися з експертами з комунікацій з тим, щоб одержати відповіді на деякі з питань. Не виключено також, що організаторам доведеться провести опитування потенційних учасників та з'ясувати, які знання та досвід вони мають і яким є їхнє ставлення до комунікацій суду. Так чи інакше, організаторам необхідно відповісти на наведені вище питання для того, щоби підготувати таку програму зі стратегічних комунікацій, яка відповідатиме потребам учасників.

Цілі навчання. Другий крок організаторів у ході планування програми з стратегічних комунікацій – намітити загальні навчальні цілі програми. Цілі навчання є відповіддю на питання: “Що зможуть робити учасники в результаті опанування програми?” При визначенні кожної навчальної цілі організаторам варто дотримуватись трьох етапів процесу. По-перше, почніть виклад навчальної цілі такими словами: „В результаті опанування цієї програми учасники зможуть...” По-друге, виберіть дієслово, що позначає активну дію, щоб описати, що саме зможуть робити учасники після закінчення програми,

як-от „визначити”, „вказати”, „розробити”, „створити”, „проаналізувати”, „дослідити”. Уникайте таких дієслів як „знати” та „розуміти”, оскільки вони не відображають спостережувану поведінку. По-третє, закінчіть виклад навчальної цілі відповідною конкретикою. Наприклад, всі або деякі з наведених нижче навчальних цілей будуть доречними для програм різної тривалості зі стратегічних комунікацій суду.

У результаті опанування цієї програми учасники зможуть:

1. Пояснити важливість ефективної комунікаційної взаємодії суду із своїми цільовими аудиторіями.
2. Визначити основні принципи та поняття у сфері комунікацій.
3. Спланувати і провести комунікаційні дослідження, визначити комунікаційні пріоритети суду.
4. Проаналізувати цільові аудиторії суду, їх потреби і вподобання, цінності та інтереси.
5. Визначити ефективні канали комунікації з цільовими аудиторіями.
6. Сформулювати ключові повідомлення суду до кожної з цільових аудиторій.
7. Визначити основні комунікаційні інструменти і скласти комунікаційний план суду.
8. Сформулювати комунікаційну стратегію суду.
9. Проаналізувати ефективність комунікаційної взаємодії суду з цільовими аудиторіями.
10. Управляти комунікаціями під час кризових ситуацій.

Створення комітету з планування. Закінчивши оцінку потреб і намітивши навчальні цілі програми, організатори мають утворити комітет з планування. Хоча спланувати програму може й одна особа, проте саме колективне планування підвищує шанси на створення логічно вивіреного, збалансованого й репрезентативного курсу. Комітет з планування має складатися з п'яти – восьми членів, обізнаних з навчанням суддів та працівників апарату суду, а також стратегічними комунікаціями.

Комітет повинен запропонувати свої поради щодо основних елементів планування програми. Комітет має розглянути оцінку потреб та навчальні цілі і висловити свою думку щодо них. Потім комітет повинен представити висновки щодо конкретних тем, потрібних для досягнення цілей навчання. Далі комітет має визначити, скільки часу слід відвести в рамках програми на кожну окрему тему. Комітет повинен вирішити, які навчальні роботи потрібні для досягнення цілей програми. Нарешті, комітет повинен дати потенційним викладачам рекомендації щодо програми.

Викладацький склад. Ефективний склад викладачів є конче необхідним для досягнення успіху курсу. В ідеалі викладачі повинні знати теми, що їх вони висвітлюватимуть, мати чудові викладацькі навички і бути різного віку, статі та етнічного походження. Якщо це можливо, викладачам слід зустрітися до початку програми, щоб узгодити зміст своїх занять і тим самим уникнути повторів та пропусків. Інструктивний семінар з акцентом на ефективних методиках навчання дорослих осіб, що передбачають активну участь аудиторії в заняттях, якнайкраще допоміг би викладачам зробити програму ефективною.

Стосовно будь-якого із занять за програмою викладач, який має його проводити, відповідає за розробку навчальних цілей, робіт, матеріалів та наочних засобів. В Частинах 3, 4 та 5 цього навчально-методичного посібника наведено рекомендації щодо навчальних цілей, робіт, матеріалів та наочних засобів для кожного заняття за програмою зі стратегічних комунікацій суду. Викладачі можуть використати ці елементи без змін або модифікувати їх згідно з потребами свого заняття.

Загальні оцінки. Організатори повинні розробити форму для письмової оцінки якості та успішності програми зі стратегічних комунікацій. Результати письмових оцінок міститимуть важливу, з точки зору зворотного зв'язку, інформацію для організаторів та викладачів, яка знадобиться їм при плануванні наступної реалізації програми. Частина 6 навчально-методичного посібника містить шаблон оціночної форми для визначення ефективності змісту й матеріалів програми, а також роботи викладацького складу.

III Використання навчально-методичного посібника

Загальна мета цього навчально-методичного посібника – дати змогу фахівцям у галузі навчання суддів або організаторам програм реалізувати курс із стратегічних комунікацій суду. З цією метою посібник містить вказівки щодо порядку денного та цілей навчання, навчальних робіт, змістовної частини, пов'язані з програмою матеріали, наочні засоби та оціночну форму. Для того, щоби цей посібник можна було використовувати за інших умов, до нього включені пропозиції щодо розробки програм різної тривалості.

Хоча посібник має на меті полегшити реалізацію програми, проте в більшості випадків організатори та викладачі можуть адаптувати її з урахуванням знань, настроїв і досвіду учасників. Тож після проведення оцінки потреб організатори можуть видозмінити навчальні цілі програми, надавши більшої ваги певним темам і перерозподіливши час, відведений темам у рамках програми. Так само викладачі можуть ревізувати навчальні цілі будь-якого із занять, модифікувати матеріали, обрати інші учбові роботи та видозмінити наочні засоби з урахуванням свого викладацького стилю.

Таким чином, за певних обставин цей навчально-методичний посібник служитиме моделлю, яку можна використати, продублювавши курс. Проте частіше фахівці в галузі навчання суддів витратять чимало часу й енергії, пристосовуючи посібник до потреб учасників. У таких випадках цей навчально-методичний посібник може стати цінним джерелом інформації для організаторів програми та викладачів.

ЧАСТИНА 2

ПОРЯДОК ДЕННИЙ НАВЧАННЯ

Вступ

- I. Навчання тривалістю 16 годин
- II. Навчання тривалістю 8 години

Вступ

Для реалізації навчальної програми можуть бути відведені різні обсяги часу. Тривалість програми залежатиме від того, який часовий проміжок запропоновано для проведення одного заходу, обсягу практичних знань та досвіду учасників, конкретних цілей, що їх організатори сподіваються досягти, а також від широти та глибини пояснення тем. Стратегічні комунікації можуть бути одно- або двогодинним розділом більш широкої навчальної програми. Водночас ця тема може викладатися в рамках окремої програми тривалістю від половини робочого дня до кількох днів.

Цей навчально-методичний посібник містить два розклади програми: шістнадцятигодинний та восьмигодинний. Кожен із розкладів можна застосувати при реалізації самостійної програми зі стратегічних комунікацій або ж при викладанні цієї теми як розділу більш ширшої програми. Чотиригодинний розклад можна ще скоротити, відмовившись від деяких цілей, частин змісту та окремих компонентів. З іншого боку, восьмигодинний розклад можна перетворити на більш тривалий завдяки розширенню та поглибленню пояснення матеріалу, для чого передбачені додаткові навчальні компоненти з активним залученням аудиторії.

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУДУ

ПОРЯДОК ДЕННИЙ НАВЧАННЯ ТРИВАЛІСТЮ 16 ГОДИН

День перший

8:00-8:40	Привітання та загальний огляд
8:40-9:00	Мета навчальної програми «Стратегічні комунікації суду»
9:00-9:30	Важливість стратегічних комунікацій для суду. Комунікаційна стратегія суду
9:30-10:00	Перерва
10:00-10:45	Комунікації з зовнішніми аудиторіями суду: організаційна перспектива
10:45-11:30	Цінності цільових аудиторій – фундамент стратегічних комунікацій суду. Потреби та інтереси цільових аудиторій
11:30-12:30	Аналіз цільових аудиторій суду і status quo комунікацій з ними. Методи збору інформації: спостереження, аналіз документів та медіа аналітика
12:30-13:30	Перерва на обід
13:30-14:15	Методи збору інформації: фокус група, анкетне опитування, експертне опитування, опитування відвідувачів суду з використанням карток громадянського звітування
14:15-15:15	Комунікаційні цілі. Ключові повідомлення до кожної цільової аудиторії
15:15-15:30	Перерва
15:30-16:15	Канали комунікації: власні, оплачені та зароблені медіа
16:15-16:40	Атмосфера як канал комунікації суду
16:40-17:00	Підведення підсумків

День другий

- 8:00-8:30 ЗМІ як посередник між судом і його цільовими аудиторіями. Медіа карта
- 8:30-9:15 Свобода преси та справедливий суд: баланс прав у світлі практики Європейського суду з прав людини
- 9:15-9:30 Перерва
- 9:30-10:00 Положення про взаємодію судів та ЗМІ або як упорядкувати взаємовідносини
- 10:00-10:30 Прес-реліз, прес-конференція, прес-тур і відповіді на запити журналістів – основні формати взаємодії зі ЗМІ
- 10:30-11:15 Інтерв'ю для ЗМІ
- 11:15-12:30 Комунікаційні кампанії для цільових аудиторій
- 12:30-13:30 Перерва на обід
- 13:30-14:30 Розробка комунікаційного плану суду
- 14:30-15:00 Перерва
- 15:00-15:45 Оцінка ефективності комунікацій
- 15:45-16:40 Антикризові комунікації
- 16:40-17:00 Обговорення і підведення підсумків

СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУДУ

ПОРЯДОК ДЕННИЙ НАВЧАННЯ ТРИВАЛІСТЮ 8 ГОДИНИ

8:00-8:20	Привітання та загальний огляд
8:20-8:40	Мета навчальної програми «Стратегічні комунікації суду»
8:40-9:30	Розробка і впровадження комунікаційної стратегії суду: організаційна перспектива
9:30-10:00	Перерва
10:00-10:30	Цінності цільових аудиторій – фундамент стратегічних комунікацій суду. Потреби та інтереси цільових аудиторій
10:30-11:30	Аналіз цільових аудиторій суду і status quo комунікацій з ними. Методи збору інформації
11:30-12:30	Комунікаційні канали: власні, оплачені та зароблені медіа
12:30-13:30	Перерва на обід
13:30-14:15	Прес-реліз, прес-конференція, прес-тур і відповіді на запити журналістів – основні формати взаємодії зі ЗМІ
14:15-15:00	Комунікаційні кампанії для цільових аудиторій
15:00-15:30	Розробка комунікаційного плану суду
15:30-15:45	Перерва
15:45-16:40	Антикризові комунікації
16:40-17:00	Обговорення і підведення підсумків

ЧАСТИНА 3

КОНСПЕКТ ЗАНЯТТЯ

Вступ

- I. Привітання та загальний огляд
- II. Мета навчальної програми «Стратегічні комунікації суду»
- III. Комунікації з зовнішніми аудиторіями суду: організаційна перспектива
- IV. Цінності цільових аудиторій – фундамент стратегічних комунікацій суду. Потреби та інтереси цільових аудиторій
- V. Аналіз цільових аудиторій суду і status quo комунікацій з ними. Методи збору та аналізу інформації
- VI. Комунікаційні цілі. Ключові повідомлення
- VII. Канали комунікації: власні, оплачені та зароблені медіа
- VIII. ЗМІ як посередник між судом і його цільовими аудиторіями. Медіа карта
- IX. Свобода преси та справедливий суд: баланс прав у світлі практики Європейського суду з прав людини
- X. Положення про взаємодію судів та ЗМІ або як упорядкувати взаємовідносини
- XI. Ефективна взаємодія з журналістами
- XII. Комунікаційні кампанії для цільових аудиторій
- XIII. Розробка комунікаційного плану суду
- XIV. Оцінка ефективності комунікацій
- XV. Антикризові комунікації
- XVI. Висновки

Вступ

У частині «Конспект заняття» навчально-методичного посібника розкривається зміст і наводяться інструкції щодо методики представлення матеріалу у кожній темі шістнадцятигодинної програми зі стратегічних комунікацій суду. Темі розміщено в такому ж порядку, в якому їх подано у «Порядку денному навчання» в Частині 2.

Конспекти занять розділено на два стовпчики. Стосовно кожної теми в правому стовпчику наведено змістовну частину матеріалу, що має бути представлений викладачем. Лівий стовпчик складається з інструкцій викладачеві та учасникам щодо методики роботи з матеріалом. Інструкції стосуються пов'язаних з відповідними темами матеріалів, які надані у Частині 4, та слайдами, що представлені у Частині 5.

Щоби допомогти фахівцям у навчанні суддів та працівників апарату суду адаптувати цей посібник до програм різної тривалості, в методичних інструкціях запропоновано способи як звуження, так і розширення шістнадцятигодинного порядку денного навчання. У разі потреби скоротити програму до восьмигодинного формату в інструкціях вказано на цілі, теми та види навчальної діяльності, які слід модифікувати або оминати. Якщо ж тривалість програми має бути розширено до більш ніж шістнадцяти годин, в інструкціях наведено рекомендації щодо змісту додаткових занять.

Звичайно ж, «Конспект заняття» **не має на меті обмежити викладачів**. Представляючи будь-яку з тем, викладач може додати щось до змістовної частини, залишити поза уваги чи змінити той або інший компонент, виходячи з досвіду і знань – як власних, так і тих, що ними володіють учасники занять. Крім того, кожен викладач **може адаптувати** зазначені в інструкціях види навчальної діяльності як **до власного стилю викладання**, так і **до потреб учасників**.

I. ПРИВІТАННЯ ТА ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД

Вказівки	Зміст навчання
<p>Показати Слайд І-1 „Загальний огляд програми”.</p> <p>Звернути увагу учасників на титульну сторінку Розділу І Частини 4.</p>	<p>Привітання учасників заходу за програмою „Стратегічні комунікації суду”.</p> <p>Представлення учасникам загального огляду програми.</p> <p>А. Огляд цілей програми</p> <p>У результаті опанування цієї програми учасники зможуть:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 1. Пояснити важливість ефективної комунікаційної взаємодії суду із своїми цільовими аудиторіями. 2. Визначити основні принципи та поняття у сфері комунікацій. 3. Спланувати і провести комунікаційні дослідження, визначити комунікаційні пріоритети суду. 4. Проаналізувати цільові аудиторії суду, їх потреби і вподобання, цінності та інтереси. 5. Визначити ефективні канали комунікації з цільовими аудиторіями. 6. Сформулювати ключові повідомлення суду до кожної з цільових аудиторій. 7. Визначити основні комунікаційні інструменти і скласти комунікаційний план суду. 8. Сформулювати комунікаційну стратегію суду. 9. Проаналізувати ефективність комунікаційної взаємодії суду з цільовими аудиторіями. 10. Управляти комунікаціями під час кризових ситуацій. <p>Б. Огляд методів викладання/навчання, які будуть використані в програмі: лекції, дискусії, ситуативний аналіз, моделювання, робота в команді, письмові роботи.</p> <p>В. Надання учасникам детальної інформації з питань матеріально-технічного забезпечення: організація харчування, розташування інших приміщень для занять</p>

<p>Звернути увагу учасників на Порядок денний в папці учасника.</p>	<p>тощо. Г. Стисла характеристика основних пунктів порядку денного. Д. Представлення викладачів.</p>
<p>Запропонувати учасникам заповнити Форму інтерв'ю в Розділі I Частини 4.</p> <p>Записати цілі учасників на фліп-чарті або на дошці, що використовуватимуться впродовж усієї програми.</p> <p>При восьмигодинному розкладі скоротити роботу над інтерв'ю.</p>	<p>Залучення учасників до спільної роботи над інтерв'ю для того, щоби вони познайомилися один з одним, а також з метою задати тон їхній активності в процесі опанування програми. Розділені на пари, учасники інтерв'юють один одного впродовж п'яти хвилин, якщо група не надто велика (до 20 осіб) і якщо для цього досить часу. Або ж кожен учасник представляє відповіді на питання особисто. Під час представлень викладачі можуть провести оцінку потреб, записавши досвід кожного з учасників у галузі комунікацій, а також ту одну пов'язану з програмою ціль, що її має вказати кожен з учасників.</p>
<p>Лекція</p>	<p>Вступна презентація</p> <p>В Україні вкрай низька довіра громадян до інституції, яка покликана захищати права і свободи громадян. З таким рівнем довіри не може бути справедливого і незалежного суду. Якщо у 2007 році 63,5% українців не довіряли судовій владі, то у 2009 на 12,2% більше - 72,6% громадян. Слід визнати, що український суд далекий від досконалого. Але його розвитку заважає, насамперед, не брак матеріальних ресурсів, а брак довіри і порозуміння. Іншими словами, якби була довіра і порозуміння, були б і матеріальні ресурси.</p> <p>Між українськими судами та суспільством історично склався комунікаційний вакуум. Вакуум успішно заповнюється вмілими «технологами», які переслідують будь-чий інтереси, але не інтереси суспільства у справедливому суді. В результаті створюється замкнуте коло.</p> <p>Ця програма покликана розірвати замкнуте коло, навчити суддів та працівників апарату суду як за допомогою ефективної стратегічної комунікації досягти довіри і порозуміння між судом та його цільовими аудиторіями.</p>

II. МЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ „СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУДУ”

Вказівки	Зміст навчання
<p>Перша робота за методом мозкового штурму.</p> <p>Звернути увагу учасників на концепт Розділу II Частини 4.</p> <p>Запропонувати учасникам 1-2 хвилини подумати над питанням – Що таке ефективна комунікація і чому вона важлива для українських судів.</p> <p>Потім провести загальногрупову дискусію, попросивши учасників поділитися своїми ідеями. Записати ідеї учасників на Слайді II-1.</p>	<p>Проведення першої роботи за методом мозкового штурму.</p> <p>Під час загальногрупової дискусії прослідкувати за тим, щоб перелічені нижче ідеї, серед інших, були висловлені або учасниками, або ведучими:</p> <p>Слово комунікація прийшло в наш лексикон з англійської, а в англійську – з латині (лат. <i>communicare</i>, англ. <i>communication</i>). Дослівно воно означає «спілкування, перебування у зв'язку, взаємодія, поєднання».</p> <p>Комунікація – це процес обміну інформацією між двома і більше людьми.</p> <p>Найпростіша модель комунікації – це «джерело (відправник), яке відправляє повідомлення отримувачу, а взамін отримує реакцію – так званий зворотній зв'язок».</p> <p>Характеристики ефективної комунікації:</p> <ul style="list-style-type: none"> • результативний процес обміну інформацією; • він завжди завершується взаєморозумінням, згодою між сторонами і (що важливо для джерела інформації) зміною у свідомості та/або поведінці отримувача інформації; • результатом ефективної комунікації завжди є бажані зміни у свідомості чи поведінці співрозмовника, які допомагають досягати поставлених перед організацією цілей; • це може проявлятися у підвищенні обізнаності щодо певної теми, підвищенні довіри до явища, формуванні певного іміджу (образу) в очах аудиторії, діях або утриманні від дій з боку отримувача інформації. <p>Історично так склалося, що в Україні суди комунікаційно віддалені від суспільства, від їх основної аудиторії – громадян.</p> <p>Цей комунікаційний вакуум викликає кризу взаємної довіри суспільства і суддів. Кризу, в умовах якої суди надзвичайно легко піддаються впливу з боку</p>

	<p>можновладців, які часто використовують технологічно набагато краще налаштований механізм комунікації з громадянами з метою дискредитації суду або окремих працівників судової системи. Цей інформаційний вакуум робить суди надзвичайно вразливими.</p> <p>Мотивація налагоджувати ефективні комунікації лежить на поверхні – задоволення власних потреб. Замкнуте коло залежності і вразливості судів може розірвати лише підтримка цінностей незалежного і справедливого суду з боку тих, кого не можуть «зняти з посади» - суспільства.</p>
<p>Коротка презентація комунікаційної моделі викладачем</p>	<p>Оскільки задача комунікації – досягти взаєморозуміння із «співрозмовником», отримавши бажаний для себе результат, відправник кодує інформацію (повідомлення) за допомогою символів, знаків, які переводять ідею «на мову» отримувача відповідно до цілей комунікації, поставлених відправником. У якості кодів можуть використовуватися слова письмової і усної мови, візуальні образи, звуки, колір, жести тощо.</p> <p>Закодована ідея – те, що джерело хоче повідомити отримувачу, називається повідомленням.</p> <p>Окрім змісту повідомлення важливо хто, коли і як передає його отримувачу – через телебачення, особисту зустріч, газету, журнал, публічний виступ тощо. Засоби передачі повідомлення називаються каналами комунікації.</p> <p>Отримувач повідомлення вочевидь є важливим для відправника, оскільки від того що він подумає, зробить чи не зробить залежить досягнення цілей організації відправника. Група отримувачів (осіб), об'єднана спільними ознаками і характеристиками, називається цільовою аудиторією.</p> <p>Цільових аудиторій може бути багато. Одночасна комунікація з усіма цільовими аудиторіями не є ефективним використанням ресурсів організації, які завжди є обмеженими. Тому з усього спектру цільових аудиторій виділяють пріоритетні (ключові), на яких концентрують увагу під час комунікації протягом певного періоду. Пріоритетність аудиторій визначається управлінськими пріоритетами –</p>

	<p>основними задачами, які необхідно вирішити протягом певного часу.</p> <p>Процес визначення цільових аудиторій та пріоритетних цільових аудиторій є надзвичайно важливим для стратегічної комунікації.</p> <p>Відправник (джерело), отримувач, повідомлення, кодування інформації, комунікаційні цілі і задачі, цільова і пріоритетна цільова аудиторія – це базові елементи стратегічної комунікації.</p> <p>Стратегічна комунікація – це системна комунікація, орієнтована на встановлення довгострокових взаємозв'язків між організацією, її зовнішніми і внутрішніми аудиторіями, які допомагають досягати організаційних цілей. Стратегічна комунікація орієнтована не стільки на короточасні потреби/бажання цільових аудиторій скільки на їх цінності. Стратегічна комунікація нерозривно пов'язана з управлінськими процесами: планування, регулювання, контролю. Очевидно, що її успіх залежить не лише від ефективності комунікації, але й від ефективності основної діяльності організації.</p>
<p>Друга робота за методом мозкового штурму. Звернути увагу учасників на концепт Розділу II Частини 4. Запропонувати учасникам кілька хвилин подумати щодо того якою має бути комунікаційна стратегія суду (структура).</p> <p>Потім провести загальногрупову дискусію, попросивши учасників поділитися своїми ідеями. Записати ідеї учасників на Слайді II-1.</p>	<p>Проведення другої роботи за методом мозкового штурму.</p> <p>Під час загальногрупової дискусії прослідкувати за тим, щоб перелічені нижче характеристики, серед інших, були названі або учасниками, або ведучими:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. заснована на організаційних цілях/пріоритетах суду; 2. заснована на цінностях цільових аудиторій, а не короточасних потреб; 3. розроблена тими, хто приймає політичні рішення і виконавцями у команді; 4. амбітна, але реалістична; 5. певним чином формалізована (на 1 чи 20 сторінках). <p>Слід зрозуміти, що комунікаційна стратегія – це не документ. Це, насамперед, бачення руху у сфері комунікацій на найближчі півроку-рік-два. Однією з найвідоміших і водночас найпростіших систем</p>

	<p>планування і реалізації комунікаційних проектів є система RACE.</p> <p>Абревіатура з перших літер слів англійською: R – Research (дослідження: аналіз аудиторій, каналів комунікації, постановка цілей і задач), A – Action (дія: розробка конкретних комунікаційних програм і повідомлень), C – Communication (спілкування: безпосередньо комунікаційна діяльність), E – Evaluation (оцінка: оцінка ефективності і внесення коректив).</p>
--	--

III. КОМУНІКАЦІЇ З ЗОВНІШНІМИ АУДИТОРІЯМИ СУДУ: ОРГАНІЗАЦІЙНА ПЕРСПЕКТИВА

Вказівки	Зміст навчання
<p>Звернути увагу учасників на титульну сторінку Розділу III Частини 4.</p>	<p>Стислий огляд цілей цього блоку навчальної програми.</p>
<p>Почати сесію з 5-хвилинного мозкового штурму.</p> <p>Попросити учасників запропонувати які, на їх думку, функції мають виконувати особи, долучені до стратегічної комунікації суду.</p> <p>Записувати представлені учасниками ідеї на фліпчарті і обговорювати кожну з них.</p>	<p>Проведення роботи за методом мозкового штурму.</p> <p>Під час загальногрупової дискусії прослідкувати за тим, щоб перелічені нижче функції, серед інших, були висловлені або учасниками, або ведучими:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Політичні функції (прийняття рішень, виділення ресурсів, сприяння у реалізації програм, мотивація персоналу) 2) Управлінські функції 3) Функції передавачів комунікаційних повідомлень 4) Виконавчі функції <p>Запропонувати обговорити хто з працівників суду та суддів міг би виконувати кожну з названих і записаних на фліп-чарті функцій.</p>
<p>Лекція</p> <p>Демонструвати Слайд III-1 впродовж усього заняття.</p> <p>Звернути увагу учасників на конспект Розділу III Частини 4.</p>	<p>Представити проект посадової інструкції спеціаліста із зв'язків з громадськістю суду (Україна) та перелік його компетенцій (США).</p>
<p>Групове обговорення</p> <p>Запропонувати до обговорення проблемні питання щодо організаційної структури команди із стратегічних комунікацій суду</p> <p>Запитати чи є у учасників інші питання щодо стратегічних комунікацій суду, які викликають дискомфорт/</p>	<p>Запропонувати до обговорення наступні теми:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Кому має бути підпорядкований спеціаліст із зв'язків з громадськістю (комунікацій) суду ?</u> <p>Після представлення думок учасників звернути увагу на важливість взаємодії першого керівника (голови суду) та спеціаліста з комунікацій. Саме голові суду і має бути підпорядкований цей спеціаліст, не керівнику апарату, не начальнику відділу. Оскільки спеціаліст з комунікацій виконує занадто важливі (і ризиковані) функції, які вимагають надзвичайно оперативного реагування (вночі, у святкові дні тощо), саме тому у нього має бути постійний доступ і</p>

скепсис.	<p>взаєморозуміння з головою суду.</p> <ul style="list-style-type: none">• <u>Чи варто перейматися стратегічними комунікаціями, якщо керівництво суду не розуміє їх важливості?</u> <p>Зауважити, що це надзвичайно складне питання і у тому випадку, якщо перспектив такого розуміння керівництвом немає, то і можливостей для розвитку цього напрямку немає.</p> <p>Якщо ж керівництво суду недостатньо (чи неправильно) розуміє важливість комунікацій, використати ті ж самі принципи ефективних комунікацій у відносинах з керівництвом суду.</p> <p>Іншими словами, розробити міні-комунікаційний план переконання керівництва суду у важливості стратегічних комунікацій. В цьому і допоможе ця навчальна програма.</p>
----------	--

IV. ЦІННОСТІ ЦІЛЮВИХ АУДИТОРІЙ – ФУНДАМЕНТ СТРАТЕГІЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ СУДУ. ПОТРЕБИ ТА ІНТЕРЕСИ ЦІЛЮВИХ АУДИТОРІЙ

Вказівки	Зміст навчання
<p>Звернути увагу учасників на титульну сторінку Розділу IV Частини 4.</p>	<p>Стислий огляд цілей цього розділу навчальної програми</p>
<p>Лекція</p> <p>Цінності vs. інтереси vs. потреби</p> <p>Приклад</p>	<p>Стратегічна комунікація завжди орієнтована на життєві цінності цільової аудиторії: свободу, незалежність, прагнення до успіху, гордість, кохання, віру тощо. На відміну від зосередження лише на тактичних інтересах, потребах і бажаннях, орієнтація на цінності допомагає встановити довгострокове взаєморозуміння і ефективну комунікацію з цільовими аудиторіями.</p> <p>Іншими словами, для взаємної довіри недостатньо просто дати технічну можливість цільовій аудиторії щось зробити (для комерційних структур – купити товар, для державних установ – звернутися з заявою). Важливо встановити емоційний контакт з аудиторією через щире поділяння її цінностей. Тоді навіть тимчасові складнощі і проблеми не похитнуть загальної довіри до інституції.</p> <p>Навести приклад комерційних компаній. Компаніям важливо визначити ієрархію цінностей їх цільових аудиторій і передати їм повідомлення про те, що той чи інший продукт/послуга відповідає цим життєвим цінностям, розвиває їх. Так, наприклад, деякі виробники паперу підкреслюють, що їх товар вироблений із вторинної сировини, тим самим звертаючись до прибічників руху за чисте навколишнє середовище. Маркетологи жувальних гумок продають не просто гумку, а приємне спілкування з коханими. Продавці дорогих автомобілів та годинників – не стільки красивий дизайн, скільки статус, відчуття успішної самореалізації.</p>
<p>Лекція</p>	<p>Команді суду, відповідальній за розробку комунікаційної стратегії, доведеться дослідити і сформулювати основні цінності кожної з цільових</p>

	<p>аудиторій суду. Вони можуть різнитися. Наприклад, цінності працівників правоохоронних органів будуть відрізнятися від цінностей місцевої влади чи цінностей адвокатів. Від того, наскільки комунікація суду відповідатиме цінностям його цільових аудиторій, залежить ефективність комунікаційної взаємодії.</p>
<p>Лекція</p>	<p>Відомий психолог Абрахам Маслоу відзначав, що потреба в безпеці є однією з основних людських потреб. Безпека посідала другу сходинку у відомій «Піраміді Маслоу» - в ієрархії людських потреб після фізіологічних. На його думку, потреба жити в безпечному світі і відчувати себе в безпеці є первинною по відношенню до потреб приналежності до суспільства, кохання, поваги, пізнання, гармонії, самоактуалізації тощо.</p> <p>Маслоу першим пов'язав з безпекою справедливість і відзначив, що несправедливість робить світ непередбачуваним і небезпечним. За його словами, справедливість, так само як і свобода слова, порядок, чесність є передумовою для задоволення основних людських потреб. Іншими словами, без справедливості виникає велика загроза можливості задоволення основних людських потреб, а значить і існування людини.</p> <p>Суд покликаний забезпечувати захист прав і свобод громадян. А громадяни шукають у суді відчуття безпеки (в розумінні сталості, передбачуваності) і справедливості.</p>
<p>Мозковий штурм</p> <p>Запропонувати учасникам визначити – що таке справедливість і безпека, на які так очікують громадяни від суду.</p> <p>Записати запропоновані критерії на слайді IV-1</p>	<p>Оскільки основною цінністю громадян по відношенню до суду є справедливість та безпека, запропонувати учасникам визначити в чому ж конкретно полягають ці цінності – на що мають право громадяни.</p> <p>Прослідкувати, щоб були висловлені всі критерії справедливого суду відповідно до Європейської конвенції та практики ЄСПЛ:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Доступність правосуддя • Незалежність і безсторонність суду • Розумні строки розгляду справ

	<ul style="list-style-type: none"> • Публічність судового розгляду • Виконання судових рішень <p>Зауважити, що хоча й в Україні виконання судових рішень не відноситься до повноважень судової системи, це питання, яким має перейматися суд, оскільки саме від суду громадяни очікують справедливості у повному обсязі.</p> <p>Записати критерії безпеки та справедливості на слайді IV-1</p>
<p>Розділити учасників на п'ять груп.</p> <p>Запропонувати кожній групі підготувати за 7 хвилин презентацію кожного з критеріїв справедливого суду.</p> <p>Співставити розуміння справедливого суду учасниками і ЄСПЛ</p>	<p>Обговорити кожну презентацію і представити підхід ЄСПЛ до визначення того чи іншого критерію справедливого суду.</p> <p>За наявності додаткового часу зупинитися на практиці ЄСПЛ щодо справедливого суду (див. конспект, розділ IV) для ілюстрації конкретних ситуацій, коли комунікації суду були далекими від цінностей його цільової аудиторії.</p>

V. АНАЛІЗ ЦІЛЮВИХ АУДИТОРІЙ СУДУ І STATUS QUO КОМУНІКАЦІЙ З НИМИ. МЕТОДИ ЗБОРУ І АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЇ

Вказівки	Зміст навчання
<p>Мозковий штурм Запропонувати учасникам протягом 10 хвилин по одному визначити ВСІ цільові аудиторії, з якими комунікує (або повинен комунікувати) суд. Варіанти відповідей учасників слід записати на окремому фліп-чарті.</p>	<p>Прослідкувати, щоб під час мозкового штурму учасники визначили наступні аудиторії:</p> <ul style="list-style-type: none"> • відвідувачі суду (різні сегменти); • потенційні відвідувачі суду (різні сегменти); • громадяни певної громади (регіону); • професійні юристи та адвокати; • правоохоронні органи; • Верховна Рада України; • Кабінет міністрів України; • Міністерство юстиції України; • Міністерство внутрішніх справ; • Верховний суд України; • інші суди; • студенти-юристи; • школярі.
<p>Лекція</p> <p>Що потрібно знати про цільову аудиторію? Які дані нам потрібно отримати в результаті досліджень?</p>	<p>Кінцевою метою комунікаційної взаємодії є зміна у свідомості чи поведінці отримувача інформації – цільової аудиторії. Саме тому цільова аудиторія (група осіб, об'єднана спільними ознаками) є надзвичайно важливим елементом планування комунікаційної взаємодії.</p> <p>Що потрібно знати про цільову аудиторію:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) її базові соціально-демографічні характеристики (стать, вік, регіон проживання, рівень доходів тощо); 2) цінності цільової аудиторії (що для неї первинно – дійсно важливо); 3) професійне становище – посаду, особливості професійної діяльності; 4) інтереси, важливі для комунікаційної взаємодії; 5) джерела впливу на цільову аудиторію і канали, яким вона довіряє (хто має вплив на аудиторію, до кого прислухається, яким

	<p>каналам вона довіряє);</p> <p>6) відношення цільової аудиторії до об'єкта комунікації;</p> <p>7) інші ознаки і характеристики, важливі для комунікаційної взаємодії;</p> <p>8) що інституція очікує від цільової аудиторії – дію, утримання від дії, зміну розуміння тощо.</p> <p>Не заглиблюючись у деталі дослідницьких методологій, тут і далі ми надамо оглядову інформацію щодо найбільш поширених методів збору інформації, аналізу отриманих даних та інформаційних продуктів, які можна розробити з їх допомогою. Ці методи можуть використовуватися і для аналізу цільової аудиторії суду.</p>
<p>Лекція</p> <p>Показати Слайди в розділі V</p>	<p>Методи збору і аналізу інформації</p> <p>Спостереження</p> <p>Спостереження передбачає реєстрацію подій очевидцем. Спостереження бувають безконтрольними і такими, що контролюється (структуровані, формалізовані). Вони можуть проводитись у природних і лабораторних умовах, за участі спеціаліста та без його активної участі – зі сторони.</p> <p>Одним з реальних прикладів використання методу спостереження з метою визначення і аналізу цільових аудиторій суду є проведене у 2010-2011 рр. дослідження телефонних звернень до суду¹. Дослідження проводилося в рамках планування комунікаційних стратегій декількох судів і було ініційоване для більш глибокого розуміння цільових аудиторій суду, їх потреб та інтересів, особливостей поведінки, а також особливостей телефонного зв'язку як каналу комунікації з ними.</p> <p>Ще одним прикладом використання спостережень для планування комунікаційної діяльності є проекти з громадського моніторингу діяльності судів²</p> <p>Аналіз документів</p> <p>Збір і аналіз документальних джерел є також</p>

1 Дослідження проведене у 10 судах за підтримки Проекту USAID «Україна: верховенство права»

2 Моніторинг здійснювався громадськими організаціями за підтримки Проекту USAID «Україна: верховенство права»

	<p>надзвичайно важливим способом збору інформації. Найбільш корисні дані можна отримати за допомогою методу контент-аналізу – переводу текстової інформації у кількісні показники за задалегідь заданими критеріями.</p> <p>Для визначення цільових груп серед парламентарів, наприклад, можна провести контент-аналіз раніше поданих ними законопроектів. Це допоможе визначити коло осіб, яким є сенс комунікувати свої законотворчі ініціативи. Для визначення прогалін у знаннях позивачів можна вдатися до аналізу позовних заяв. Отримана інформація допоможе точно сформулювати зміст подальшої комунікації.</p> <p>Цікавим для аналізу документом є судова статистика, дані з якої можуть бути використані для визначення, аналізу, сегментації цільової аудиторії (хто звертається до суду, з якими проблемами, чи користуються послугами професійних представників, які результати розгляду справ тощо), постановки вимірюваних цілей, заснованих на кількісних показниках (зменшення кількості звернень по певним категоріям справ до «xxx», зменшення кількості неякісних позовних заяв до «xxx» тощо).</p> <p>Медіа-аналітика</p> <p>Кількісний і якісний аналіз медіа (друковані та електронні засоби масової інформації, соціальні мережі, блоги тощо) є важливим методом комунікаційних досліджень. Суть його полягає у визначенні медіа, які є джерелом інформації для цільової аудиторії, кількісному та якісному аналізу матеріалів, які виходять у цих медіа. Базовим кількісним показником є кількість опублікованих матеріалів, типовим якісним показником – їх тональність.</p> <p>Фокус-група</p> <p>Фокусована групова дискусія полягає у проведенні колективного інтерв'ю у формі групової дискусії, протягом якої збирається інформації щодо чітко окресленого кола питань. Особливістю фокус групи є той факт, що всі її учасники знаходяться у взаємодії під час надання інформації, а не у інформаційному</p>
--	---

вакуумі як при індивідуальному інтерв'ю. Це дає можливість оцінити думку не окремих індивідів, а групи осіб, які об'єднані спільними інтересами та ідеями.

Фокус-група – це якісне дослідження. На відміну від кількісних (наприклад, соціологічне опитування) досліджень, які дають відповідь на питання «хто» і «скільки», фокус-група відповідає на питання «як саме» і «чому».

Зазвичай в рамках фокус групи намагаються розглядати не більше 10 питань. Число учасників фокус-групи коливається від 6 до 12 осіб. Як правило, фокус група проводиться у формі дискусії, яка передбачає набагато більш складний формат спілкування, ніж питання-відповідь. Після кожного питання модератора в групі відбувається обговорення, висловлюються різні точки зору, формується і змінюється ставлення учасників до проблеми.

Фокус-група, як і інші групові дискусії, не дозволяє обґрунтувати результати за допомогою статистичних методів, тому поняття «репрезентативність» як властивість вибірки відображати характеристики генеральної сукупності до фокус-групи застосовувати не можна. Однак результати фокус-групи можуть підтверджуватися іншими дослідженнями.

Прикладом використання фокус-груп українськими судами є проведення групових дискусій під час реалізації проектів з дослідження судів з використанням карток громадянського звітування³. За допомогою фокус-груп, зокрема, були визначені питання для включення у форму опитування відвідувачів суду.

Анкетне опитування

Опитування – це найбільш поширений і універсальний метод збору інформації. Опитування використовуються для отримання інформації про соціально-демографічні характеристики, цінності, інтереси, настрої у кількісному вигляді. Опитування за анкетною передбачає жорстко фіксований порядок, зміст і форму питань, чітко зазначення способів відповіді.

	<p>Зазвичай використовується наступна послідовність смислових розділів анкети:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Вступ, в якому зазначається хто і для яких цілей проводить дослідження, як будуть використані отримані дані. 2. Вступні питання для того, щоб зацікавити респондента. 3. Основний блок питань. 4. Заключні питання. 5. Відомості про демографічні характеристики (може йти спочатку). 6. Подяка за заповнення анкети. <p>Важливою для анкетного опитування є вибірка – сукупність опитуваних осіб, побудована таким чином, що кожна з важливих для задач дослідження соціальних груп представлена пропорційно структури суспільства.</p> <p>Яскраво пояснив суть вибірки соціолог Гелап (засновник Інституту вивчення суспільної думки), який сказав, що «Для того, щоб відчутти смак супу, зовсім не обов'язково з'їсти всю тарілку». Однак задача обґрунтування вибіркової сукупності не з простих і варто залишити її фаховим соціологам. При цьому обов'язково розуміти основні принципи побудови вибірки і можливості щодо аналізу результатів опитування.</p> <p>Розповсюдженим видом опитувань є експертні опитування. Для підвищення їх надійності і ефективності експертні опитування зазвичай проводиться разом з іншими формами досліджень. У експертному опитуванні у якості респондентів виступають фахівці у предметі дослідження. Основна перевага експертного опитування – оперативність отримання фахових відповідей.</p> <p>Загальнонаціональне опитування громадян щодо судової системи, наприклад, проводилося у 2007 та 2009 рр. Київським міжнародним інститутом соціології та Фондом «Демократичні ініціативи» на замовлення Проекту USAID «Україна: верховенство права». Окрім цього, у 2007 році Проектом було</p>
--	--

	<p>проведене експертне опитування суддів та журналістів на предмет їх відношення до судової реформи.</p> <p>Оцінка роботи суду відвідувачами з використанням карток громадянського звітування</p> <p>Ця методологія базується на використанні традиційного для соціологічних досліджень методу опитування. Вона полягає у опитуванні відвідувачів суду спеціально підготовленими інтерв'юерами з використанням карток громадянського звітування за задалегідь визначеними критеріями і показниками ефективності діяльності суду.</p>
<p>Розбити учасників на чотири-п'ять груп, визначити для кожної групи по дві-три цільових аудиторії і запропонувати визначити методи, які б учасники використовували для дослідження кожної з аудиторій.</p> <p>Презентувати і обговорити у форматі групового обговорення результати роботи</p>	<p>Звернути увагу учасників на те, що для однієї аудиторії можливе використання декількох методів.</p> <p>Під час обговорення акцентувати увагу учасників на доречності використання того чи іншого методу, достовірності отриманих даних, вартості дослідження, можливості залучити партнерів до його проведення чи здійснити інші дії, спрямовані на зменшення вартості дослідження.</p>

VI. КОМУНІКАЦІЙНІ ЦІЛІ. КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

<p>Стисла лекція про постановку комунікаційних цілей</p> <p>Показати Слайд VI-1</p> <p>Навести приклади невірно сформульованих комунікаційних цілей</p> <p>Навести приклади правильно сформульованих комунікаційних цілей</p>	<p>Відзначити, що комунікаційні цілі базуються виключно на загальних цілях інституції (бізнес-цілях). Без чіткого усвідомлення загальних пріоритетів (цілей) організації немає сенсу переходити до визначення комунікаційних цілей.</p> <p>Комунікаційна стратегія повинна бути націлена на істотні зміни у свідомості чи поведінці цільової аудиторії і бути вимірюваною. Іншими словами, на підставі проведених досліджень ми повинні відповісти на головне питання – «Що ми хочемо, щоб думала, знала, відчувала та/або зробила цільова аудиторія, щоб досягти певної цілі суду». Щодо кожної цільової аудиторії – свої комунікаційні цілі.</p> <p>Надати учасникам розуміння критеріїв правильних цілей за моделлю SMART</p> <p>Комунікаційні, які і будь які інші цілі, повинні визначатися за формулою SMART (перші літери слів з англійської: S (specific) – специфічна; M (measurable) – яку можна оцінити (виміряти); A (attainable) – яку можна досягти; R (relevant) – актуальна; T (time-bound) заснована на часі. Окремо слід звернути увагу на важливість визначення критеріїв оцінки досягнення поставлених комунікаційних цілей. Вони обов’язково повинні бути виражені у кількісних та/або якісних показниках.</p> <p>Не можуть вважатися коректними комунікаційними цілями, наприклад, наступні: «проведення прес-туру журналістів регіону в суд» (це інструмент) чи «2 інтерв’ю з головою суду на місяць у регіональних ЗМІ, в яких висвітлюється проблема фінансування судів» (це комунікаційна задача).</p> <p>Уявімо, що одним з основних пріоритетів суду на наступний рік є зменшення кількості відвідувачів певної категорії, які особисто подають позовні заяви до суду (через канцелярію, чим блокують роботу суду) до 50% від тієї кількості відвідувачів, що є сьогодні. Припустимо, що іншими способами ніж через комунікацію з цією категорією громадян</p>
--	---

	<p>проблему не вирішити. Комунікаційна ціль в такому разі може звучати як: переконання щонайменш 50% представників цільової аудиторії у перевагах подачі позовних заяв до суду іншим правомірним способом – по пошті протягом 3 місяців. В цьому разі ціль є достатньо специфічною, її можна оцінити (за каналами подачі скарг до суду), її можна досягти і вона обмежена часом.</p> <p>Важливо, щоб для кожної цільової аудиторії (вірніше – для кожної реакції цільової аудиторії) була визначена окрема комунікаційна ціль.</p>
<p>Стисла лекція про розробку ключових повідомлень</p> <p>Слайд VI-2</p>	<p>Відзначити, що кількість ключових повідомлень повинна відповідати кількості цільових аудиторій.</p> <p>Найпоширенішим підходом до формулювання ключового повідомлення є модель AIDA (з англійської A – attention (привернути увагу); I – interest (втримати інтерес); D – desire (викликати бажання); A – action (спонукати до дії). Ця модель не є догматичною, особливо для державних інституцій, але ж в загальних рисах дає уявлення про ознаки, якими має володіти ключове повідомлення.</p> <p>Зміст повідомлення передбачає вибір мотиву або теми, яка викличе бажану зворотну реакцію. Котлер виділяє три типи мотивів – раціональні, емоційні, моральні.</p> <p>Перші (раціональні) пов’язані з особистою вигодою аудиторії. Для суду це може бути звернення до вимірів якості функціонування суду – дотримання термінів судового розгляду, повнота і доступність інформації тощо.</p> <p>Другі (емоційні) викликають негативне чи позитивне почуття, яке буде передумовою для здійснення певної дії чи утриманні від неї. Часто використовуються мотиви страху, вини, сорому для того, щоб переконати аудиторію щось робити (наприклад, проходити профілактичні огляди) або не робити (палити, зловживати алкоголем і ліками тощо), а також позитивні емоційні мотиви – кохання, гордість, радість. Для суду використання емоційних мотивів у своїх ключових повідомленнях є досить сміливим, але, за умови правильного використання, надзвичайно ефективним кроком. Тільки спробуйте уявити</p>

	<p>кількість емоційних мотивів, пов'язаних з розглядом судом судових справ.</p> <p>Треті (моральні) мотиви звертаються до відчуття справедливості, порядності аудиторії. Як раз ці мотиви використовуються у суспільних рухах (за безпечну екологію, за права дітей тощо). Вони ж можуть з легкістю використовуватися судом, зважаючи на його важливу суспільну роль.</p> <p>Передавачі повідомлень</p> <p>Окрім каналів комунікації (медіа), вирізняють безпосереднє джерело, яке доносить повідомлення до цільової аудиторії – передавача. Вплив повідомлення на аудиторію багато в чому залежить від сприйняття аудиторією безпосереднього передавача. Іншими словами, канал (медіа) відповідає на питання «яким чином (через що) донести повідомлення», а передавач на питання «хто безпосередньо має його повідомити».</p> <p>Наприклад, особи, які відбувають покарання в місцях позбавлення волі радше довірятимуть колишнім ув'язненим, ніж представникам правоохоронних органів; високо посадовці краще сприйматимуть голову суду, ніж секретаря, а представникам ІТ-компаній краще спілкуватися з технічним спеціалістом, ніж з керівником апарату.</p> <p>На думку фахівців, основними факторами, які впливають на довіру до передавача, є професійність, добросовісність та привабливість. Під професійністю розуміється необхідний рівень компетентності передавача у тій сфері, щодо якої він передає повідомлення. Добросовісність – це сприйняття об'єктивності і чесності передавача аудиторією. Знайомим, наприклад, довіряють більше, ніж незнайомим. Під привабливістю розуміють загальне враження, яке передавач справляє на аудиторію. Це не обов'язково має бути фізіологічна привабливість, але й відвертість, почуття гумору, вміння створити комфортну атмосфери для аудиторії.</p>
<p>Робота у групах</p> <p>Розділити учасників на 5 груп і дати кожній по одній цільовій аудиторії</p>	<p>Надати кожній групі по одній аудиторії:</p> <ul style="list-style-type: none"> • «Діти війни» • Неповнолітні підсудні • Молодь 12-16 років • Депутати Верховної Ради України

<p>Запропонувати протягом 10 хвилин визначити комунікаційну ціль (цілі) щодо цієї аудиторії (на кожен реакцію аудиторії: зміну свідомості чи поведінки) та ключове (і) повідомлення</p> <p>Закликати учасників до уваги після завершення роботи у невеликих групах.</p> <p>Представити результати роботи в групах і провести групове обговорення</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Мешканці громади міста/району/області, на яку поширюється юрисдикція суду. <p>Переконайтеся в тому, що комунікаційні цілі визначені правильно і ключові повідомлення сформульовані доречно. У разі необхідності, скорегувати їх під час групового обговорення.</p>
---	--

VII. КОМУНІКАЦІЙНІ КАНАЛИ: ВЛАСНІ, ОПЛАЧЕНІ ТА ЗАРОБЛЕНІ МЕДІА

<p>Мозковий штурм</p> <p>Запропонувати учасникам назвати канали комунікації (медіа), які вони знають, таким чином визначивши основні.</p> <p>Потім згрупувати канали у власні, оплачені та зароблені медіа</p> <p>Слайд VII-1</p> <p>Звернути увагу учасників на сторінки в Розділі VI Частини 4</p> <p>Приклад каналів, через які громадяни отримують інформацію про діяльність судової системи</p>	<p>Слід дати учасникам зрозуміти значення терміну «медіа» і наголосити, що це поняття не обов'язково є тотожним «ЗМІ». Медіа – це канали комунікації.</p> <p>Переконатися в тому, що названі основні релевантні канали комунікації для суду: веб-сайт, інформаційний стенд, телефонна комунікація, інформаційний кіоск, комунікаційні заходи; інтернет-ресурси, бігборди, сітілайти (власник – не суд), ЗМІ блог, сторінки у соціальних мережах.</p> <p>Так, наприклад, за результатами загальнонаціональних опитувань, які проводилися Фондом «Демократичні ініціативи» та Київським міжнародним інститутом соціології у 2007 та 2009 рр. стало відомо, що більшість українців отримують інформацію про суди з телевізійних програм, на другому місці – преса, на третьому – родичі, сусіди, друзі як передавачі інформації і лише на передостанньому самі суди у якості джерел інформації.</p> <p>Відзначити, що для цільової аудиторії головне – довіра до того чи іншого каналу комунікації. Не секрет, що дехто більше довіряє сусідам у дворі, ніж інформації, яка подається по телебаченню, а хтось довіряє газетам, онлайн ресурсам тощо. Розуміння того, звідки цільова аудиторія отримує інформацію тієї чи іншої тематики, як вона ставиться до тих чи інших медіа, дасть в подальшому можливість визначити найбільш ефективні канали для донесення до неї ключового повідомлення суду.</p>
<p>Інтерактивна лекція з елементами групової дискусії</p> <p>Розповісти в інтерактивному форматі про кожен з каналів комунікації, актуальний для суду. Залучити аудиторію до</p>	<p>Під час підготовки до лекції використовувати навчальний посібник зі стратегічних комунікацій в суді</p> <p>Власні медіа Під час обговорення доцільності створення веб-сайту</p>

<p>обговорення: чи використовується цей канал судом? Якщо ні, то ким з державних органів/комерційних компаній він використовується?</p>	<p>суду, розповісти про можливість використання існуючого портал court.gov.ua або розробки окремої платформи. Навести приклади існуючих веб-сайтів українських судів.</p> <p>Визначити основні переваги і недоліки власних медіа. Основна перевага цих каналів – повний контроль над ними і як наслідок оперативне розповсюдження інформації, можливість редагування, внесення змін тощо. Головний недолік власних медіа – як правило низький рівень довіри до них цільової аудиторії, яка розуміє, що інформація подається інституцією через свій канал і може бути упередженою.</p> <p>Оплачені медіа</p> <p>Під оплаченими каналами комунікації розуміють медіа, яким інституція оплатила передачу певного повідомлення.</p> <p>Якравим прикладом оплаченого медіа є рекламний ролик на телебаченні, радіо, рекламна стаття чи банер в пресі або на інтернет-сайті. Перевагами оплачених медіа є миттєвість у передачі інформації, масовість, гарантії та контроль. Недоліки – висока вартість і низька довіра аудиторії. Слід відрізняти оплачені медіа від наступного виду – зароблених медіа.</p> <p>Зароблені медіа</p> <p>Під заробленими медіа розуміють канали комунікації, які використовуються цільовими аудиторіями для розповсюдження необхідних інституції повідомлень. Зароблені медіа починають працювати тоді, коли унікальність інституції (певних її кроків) спонукає їх абсолютно безкоштовно обмінюватися інформацією власними медіа каналами.</p> <p>Зароблені медіа є дуже ефективними, оскільки викликають найбільше довіри у цільової аудиторії. Чутки, власний досвід, досвід колег, батьків, друзів – це те, чому люди дійсно довіряють. При чому не так важливо якими каналами люди передають певні повідомлення один одному – на лавці біля будинку, на роботі, на форумі чи у соціальній мережі. Для певних аудиторій, наприклад, осіб похилого віку, зароблені медіа є чи не головним комунікаційним</p>
---	--

	<p>каналом.</p> <p>Під заробленими медіа також слід розуміти засоби масової комунікації (ЗМІ, популярні інтернет-ресурси тощо), редакторів чи власників яких ви зацікавили своїм повідомленням. Те, наскільки вони правильно передадуть це повідомлення залежить вже від ваших навичок співпраці з ними.</p> <p>Водночас очевидними недоліками зароблених медіа є відсутність будь-яких гарантій і не контрольованість.</p>
<p>Робота в групах</p> <p>Продовження роботи в групах з цільовими аудиторіями, визначеними під час попередніх сесій</p> <p>Закликати учасників до уваги після завершення роботи у невеликих групах.</p> <p>Презентація та групове обговорення</p>	<p>Запропонувати кожній групі учасників визначити для своєї аудиторії і свого повідомлення канал комунікації.</p> <p>Обговорити доречність використання того чи іншого каналу, його вартість, можливі ризики.</p>

VIII. ЗМІ ЯК ПОСЕРЕДНИК МІЖ СУДОМ І ЙОГО ЦІЛЬОВИМИ АУДИТОРІЯМИ. МЕДІА КАРТА

<p>Вступ</p> <p>Запропонувати учасникам висловити власний досвід спілкування з журналістами.</p>	<p>Підтвердити досвідом учасників три тези, які слід донести до учасників: ЗМІ – це не цільова аудиторія, а передавач інформації цільовій аудиторії; важлива аудиторія ЗМІ для визначення ефективності публікації того чи іншого матеріалу; ЗМІ більше не має монопольного впливу на аудиторію.</p> <p>Слід розуміти, що журналісти не є цільовою аудиторією суду. Вони є передавачем інформації цільовій аудиторії, а конкретне ЗМІ – каналом комунікації. Величезну помилку роблять ті керівники, які прагнуть отримати позитивні публікації у ЗМІ без огляду на те, яка аудиторія його читає. Наприклад, інтерв'ю в спеціалізованому (юридичному) виданні стане доступним лише для юридичної спільноти, а прості відвідувачі суду чи інші громадяни повідомлення не отримають – комунікація буде неефективною. Саме тому, формування карти ЗМІ має відбуватися насамперед відповідно до уподобань цільової аудиторії, до якої потрібно донести ключове повідомлення.</p> <p>Останнім часом ЗМІ позбулися монополії на аудиторію, журналістів в редакціях стало менше, один журналіст охоплює багато тем – немає ресурсів для спеціалізації. При цьому дійсно впливових ЗМІ не так багато, а конкуренція з іншими інформаційними приводами величезна. Це світова тенденція, яка актуальна і для України. Це не означає, що про журналістів варто забути, але однозначно ставить під сумнів комунікаційні стратегії, які передбачають виключно комунікацію з представниками ЗМІ.</p>
<p>Лекція</p> <p>Звернути увагу учасників на сторінки в Розділі VII Частини 4</p> <p>Розглянути приклади</p>	<p>Представити учасникам інформацію щодо того які бувають ЗМІ.</p> <p>Структурувати джерела можна за видом (газети, ТВ, радіо, інтернет-ЗМІ, соціальні медіа), тематикою (соціально-політичні, ділові, спеціалізовані (юридичні, економічні), розважальні тощо), тиражем (масовість аудиторії), регіоном тощо.</p> <p>Представити учасникам приклади популярних ЗМІ:</p>

<p>популярних ЗМІ та описи їх аудиторій</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Інтернет – Українська правда http://www.pravda.com.ua/ • Друковані – газета «Сьогодні» http://www.segodnya.ua/ <p>Структурований перелік медіа зазвичай називають медіа-картою.</p> <p>Звернути увагу учасників на те як може виглядати медіа-карта.</p>					
	Назва ЗМІ	Вид	Тираж	Тематика	Регіон	Контакти редакції

IX. СВОБОДА ПРЕСИ ТА СПРАВЕДЛИВИЙ СУД: БАЛАНС ПРАВ У СВІТЛІ ПРАКТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ

<p>Звернути увагу учасників на сторінки в Розділі IX Частини 4</p> <p>Лекція з елементами групової дискусії</p>	<p>Під час лекції використати слайди у Розділі IX Частини 5</p> <p>Стаття 10 ЄКПЛ «Свобода вираження поглядів»</p> <ul style="list-style-type: none">• Кожен має право на свободу вираження поглядів. Це право включає свободу дотримуватися своїх поглядів, одержувати і передавати інформацію та ідеї без втручання держави і незалежно від кордонів. Ця стаття не перешкоджає державам вимагати ліцензування діяльності радіомовних, телевізійних або кінематографічних підприємств.• Здійснення цих свобод, оскільки воно пов'язане з обов'язками і відповідальністю, може бути предметом таких формальностей, умов, обмежень або санкцій, що встановлені законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського спокою, для охорони порядку або запобігання злочинам, для охорони здоров'я або моралі, для захисту репутації або прав інших осіб, для запобігання розголошенню конфіденційної інформації або <u>для підтримання авторитету і безсторонності суду.</u> <p>Стаття 6 ЄКПЛ «Право на справедливий суд»</p> <ul style="list-style-type: none">• Кожен має право на справедливий і публічний розгляд його справи упродовж розумного строку незалежним і безстороннім судом, встановленим законом, який вирішить спір щодо його прав/обов'язків цивільного характеру або встановить обґрунтованість будь-якого висунутого проти нього кримінального обвинувачення.• Судове рішення проголошується публічно, але преса і публіка можуть бути не допущеними в зал засідань протягом усього судового розгляду або його частини в інтересах моралі, громадського порядку чи національної безпеки в демократичному суспільстві, якщо того вимагають інтереси неповнолітніх або захист приватного життя сторін, або-тією мірою, що
--	--

<p>Запропонувати учасникам висловитися щодо визначених міфів.</p> <p>Запропонувати учасникам визначити «інтереси правосуддя»</p> <p>Обговорити почуті стандарти.</p>	<p>визнана судом суворо необхідною,- коли за особливих обставин публічність розгляду може зашкодити інтересам правосуддя.</p> <p>Під час презентації звернути увагу на:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Роль преси у демократичному суспільстві • Що таке свобода інформації та резонансні судові справи • Міфи щодо необхідності обмеження інформації з зали суду • Принцип гласності судового процесу у розумінні ЄСПЛ та в українському законодавстві • Що таке «інтереси правосуддя» • Співвідношення прав за статтями 6 та 10 ЄКПЛОС • Рішення ЄСПЛ по ст.10 ЄКСПЛОС, зокрема, щодо України: <ul style="list-style-type: none"> ○ Українська пресова група проти України ○ Ляшко проти України ○ Салов проти України
--	---

Х. ПОЛОЖЕННЯ ПРО ВЗАЄМОДІЮ СУДІВ ТА ЗМІ АБО ЯК УПОРЯДКУВАТИ ВЗАЄМОВІДНОСИНИ

<p>Звернути увагу учасників на матеріали в Розділі Х Частини 4, а саме на Положення про взаємодію взаємодію судів із засобами масової інформації та журналістами</p> <p>Лекція з елементами групового обговорення</p> <p>Вступ</p> <p>Обговорити додатки до Положення – форми запитів</p>	<p>У вступі стисло представити необхідність у окремому документі, який би регулював деякі аспекти взаємовідносин судів та ЗМІ, історію появи проекту Положення і фахівців, які брали участь у його розробці.</p> <p>Розглянути і обговорити кожен розділ Положення</p> <ol style="list-style-type: none">1. Організація взаємодії суду із ЗМІ та журналістами2. Обов'язки журналістів3. Доступ журналістів до приміщення суду4. Доступ журналістів на судові засідання5. Порядок під час судового засідання6. Інформаційні запити ЗМІ і журналістів7. Доступ журналістів до судових рішень, матеріалів судового процесу і архівів суду8. Проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, теле-, відео-, звукозапису9. Організаційні питання проведення інтерв'ю із суддями
--	---

XI. ЕФЕКТИВНА ВЗАЄМОДІЯ З ЖУРНАЛІСТАМИ

<p>Мозковий штурм Запропонувати учасникам визначити форми взаємодії, які вони використовували/знаю у взаємовідносинах з журналістами</p> <p>Записати отримані варіанти на фліп-чарті</p> <p>Зупинитися на структурі та стилістиці прес-релізу (див. Посібник «Стратегічні комунікації суду або як досягти поставлених цілей»), що варто і чого не варто робити з прес-релізом</p> <p>10 правил підготовки до прес-конференції (див. Посібник «Стратегічні комунікації суду або як досягти поставлених цілей»)</p>	<p>Переконатися, що учасниками або тренерами будуть висловлені всі основні форми взаємодії з журналістами:</p> <ul style="list-style-type: none">• Прес-анонс, прес-реліз• Прес-конференція• Прес-брифінг• Прес-тур• Відповіді на запити ЗМІ• Неформальне спілкування <p>Обговорити детально кожен з них, зупиняючись на особливостях.</p> <p>Прес-реліз</p> <p>Прес-реліз є однією з найпростіших форм комунікації інституції з журналістами. Це повідомлення, в якому міститься інформаційний привід – новина. Поради щодо написання прес-релізів надані у наступному розділі «Комунікація». Поки що ж потрібно зрозуміти, що підготовку прес-релізів (та їх різновидів - прес-анонсів, пост-релізів) потрібно планувати перед усіма подіями, про які ви хочете попередити журналістів (найчастіше – запросити їх) та після усіх запланованих подій, про результати яких ви хочете повідомити журналістів.</p> <p>З бурхливим розвиток інтернет-комунікацій, прес-релізи перестали бути виключно джерелом інформації для журналістів. Сьогодні кожен користувач інтернету може прочитати новину суду на його веб-сайті чи сторонньому ресурсі. Тому навіть якщо журналістів турбувати з якогось приводу недоречно, але він може бути цікавим простим громадянам, слід спланувати написання та розміщення новини на власному веб-сайті суду чи ресурсі партнерської організації.</p> <p>Прес-конференція</p> <p>Планувати проведення прес-конференцій слід в тому випадку, якщо є дійсно важлива новина і особа, яка є її учасником (спікер), готова розповісти про неї і відповісти на питання журналістів. Прес-конференція</p>
---	--

<p>Мозковий штурм – які прес-тури міг би організувати суд.</p> <p>Запропонувати учасникам висловитися і обговорити можливості.</p>	<p>потребує значно більшої підготовки, ніж розповсюдження прес-релізу. Важливо не тільки як вона буде організована, але й наскільки підготовленим до спілкування з журналістами є спікер. В деяких випадках замість того, щоб донести ключове повідомлення, спікери через свою непередготовленість дають журналістам підстави для негативних публікацій.</p> <p>Різновидом прес-конференції є прес-брифінг – коротка зустріч з журналістами для того, щоб висловити свою позицію з певного питання.</p> <p>Загалом прес-конференції і прес-брифінги судам обов’язково потрібно закладати в свої комунікаційні плани. Потрібно використовувати можливість протягом певного часу звернути увагу журналістів лише на ключову тему. При цьому передувати їх проведенню має фахова підготовка основних спікерів суду до спілкування з журналістами.</p> <p>Прес-тур</p> <p>Під прес-туром розуміється спланована екскурсія журналістів до суду. При цьому для ефективної комунікації недостатньо просто розповісти як працює суд. Прес-тури мають викликати інтерес журналістів до повідомлень (об’єктів, предметів, осіб, процесів), які можна побачити під час прес-туру, «доторкнутися» до них.</p> <p>Наприклад, запровадження автоматизованої системи діловодства є чудовим інформаційним приводом для організації прес-туру (якщо вона дійсно працює). Під час заходу журналісти зможуть на своєму власному досвіді переконатися у економії часу на обробку документів працівниками суду (наприклад, потренуватися працювати з документами у ролі секретаря, помічника судді тощо).</p> <p>Прес-тури необхідно обов’язково планувати заздалегідь, оскільки вони вимагають серйозної підготовки і координації дій всіх працівників суду.</p>
---	---

ХІІ. КОМУНІКАЦІЙНІ КАМПАНІЇ ДЛЯ ЦІЛЬОВИХ АУДИТОРІЙ

<p>У вступі наголосити на необхідності планування комунікаційних кампаній для кожної цільової аудиторії суду (для пріоритетних аудиторій)</p> <p>Робота у групах Запропонувати учасникам розробити для цільових аудиторій, визначених раніше (під час розробки ключових повідомлень, визначення каналів комунікації) 1-2 комунікаційних кампаній.</p> <p>Відвести на розробку кампанії 20-25 хвилин, перед цим навівши декілька прикладів таких кампаній.</p>	<p>Зазначити, що для кожної цільової аудиторії – матері, діти війни, сторони у справах про розлучення, неповнолітні тощо повинні бути сплановані окремі комунікаційні кампанії, враховуючи дані отримані під час етапу досліджень. Нижче наведений підхід до планування комунікаційних кампаній з деякими групами відвідувачів суду, які цілком ймовірно стануть вашими цільовими аудиторіями.</p> <p>Особи похилого віку. Під час планування комунікації з цією аудиторією слід зважати на її типові характеристики, серед яких:</p> <ul style="list-style-type: none">• довіра до окремих комунікаційних каналів (наприклад, радіо, регіональне телебачення, повідомлення від знайомих тощо);• недовіра чи неможливість використовувати інші медіа (інтернет-канали, друковані дрібним шрифтом інформаційні матеріали тощо);• наявність вільного часу і тому зазвичай висока активність, схильність до швидкого розповсюдження чуток;• обмеженість ресурсів;• часто більш міцні моральні цінності, ніж у інших аудиторій;• для деяких регіонів – важливість релігії та інші особливості. <p>Відповідно до цих особливостей і цілей організації, пов'язаних з цією аудиторією, і мають плануватися комунікаційні кампанії. Наприклад, один з українських судів спланував кампанію з комунікації можливостей подачі позовів поштою (на відміну від особистого відвідування, яке блокувало роботу суду) дітям війни. Інформація була передана через радіо, яке бабусі і дідусі того регіону постійно слухають. В результаті інформація серед аудиторії поширилася дуже швидко, значно скоротилася кількість позовів, які «діти війни» приносили до суду особисто, простоюючи днями в чергах, зменшилось кількість</p>
--	---

негативу, невдоволення, пов'язаного з чергами і зникло напруження, яке відчували всі судді і працівники суду.

Обвинувачені і підсудні

Головний принцип, який діє щодо обвинувачених у кримінальних процесах – презумпція невинуватості. Цілком ймовірно, що ваш суд захоче підтвердити цей принцип своїм прикладом і комунікувати його особам, які опинилися на лаві підсудних.

Є багато можливостей це зробити і вочевидь в цьому не обійдеться без співпраці з правоохоронними органами. Це й процес доставки підсудного, атмосфера очікування судового розгляду, клітка, в якій перебувають люди, вина яких ще не доведена.

Наприклад, в Апеляційному суді Івано-Франківської області ініціювали пілотний проект, за яким підсудних не потрібно буде доставляти в суд і переживати всі пов'язані з цим незручності (перевезення в «будці», довге очікування тощо). Замість цього планується обладнати окрему кімнату у слідчому ізоляторі засобами відеозв'язку, запису, створити всі необхідні умови для присутності адвокатів, родичів, громадськості і таким чином проводити судові засідання.

Нота bene: У Сполучених Штатах Америки, наприклад, клітки зовсім відсутні, а в тих демократичних країнах, в яких вони встановлені, вони мають в декілька разів більші розміри, ніж українські клітки.

Свідки

Принцип захисту – основний принцип щодо свідків у кримінальному процесі. Натомість реалізувати його на практиці в українських судах вкрай важко.

У Івано-Франківському міському суді Івано-Франківської області, наприклад, реалізували проект за підтримки Американської асоціації юристів щодо захисту свідків. Для цього обладнали спеціальну кімнату, в якій знаходиться свідок і з якої підтримує відеозв'язок з залом суду. При цьому всі, окрім судді, бачать його спеціально розмиту потилицю і чують суттєво змінений голос. Таким чином людину

<p>Дати можливість групам презентувати розроблені комунікаційні кампанії.</p> <p>Обговорити кожен з представлених кампаній у форматі групового обговорення.</p>	<p>впізнати неможливо.</p> <p>Неповнолітні</p> <p>Комунікаційні кампанії для неповнолітніх, які потрапляють у біду, є вкрай актуальними для України. Очевидно в рамках їх планування і реалізації потрібна тісна співпраця з органами соціального захисту, навчальними закладами, батьками, громадою, в якій росте молода людина.</p>
---	--

ХІІІ. РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОГО ПЛАНУ СУДУ

<p>У вступі варто нагадати учасникам всі теми, які вже були розглянуті протягом навчальної програми, оскільки комунікаційний план суду включатиме інформацію з кожної з тем.</p>	<p>Комунікаційний план зручно представити у вигляді двох таблиць. В першій зазначити цільові аудиторії, вибрані судом для комунікації, комунікаційні цілі, назву кампанії (й) щодо цієї аудиторії, ключове повідомлення, канали комунікації і ключових передавачів.</p> <table border="1" data-bbox="672 520 1411 646"> <thead> <tr> <th colspan="6">Комунікаційні пріоритети</th> </tr> <tr> <th>Цільова аудиторія</th> <th>Комунікаційна ціль</th> <th>Комунікацій на кампанія</th> <th>Ключове повідомлення</th> <th>Канали комунікації</th> <th>Особа передавача</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>Друга таблиця – звичайна форма планування будь-якого проекту. В даному випадку – конкретної комунікаційної кампанії.</p> <table border="1" data-bbox="672 758 1411 884"> <thead> <tr> <th colspan="7">Комунікаційні кампанії</th> </tr> <tr> <th>Комунікаційна кампанія</th> <th>Задачі</th> <th>Заходи</th> <th>Строки</th> <th>Відповідальні особи</th> <th>Партнери</th> <th>Матеріальні ресурси</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </tbody> </table> <p>Варто включити у такі форми всі цільові аудиторії і всі заплановані комунікаційні кампанії. Тоді ви отримаєте мапу своєї комунікаційної активності на найближчі півроку/рік і матимете всі підстави зі спонтанної перейти до планованої, системної роботи.</p>	Комунікаційні пріоритети						Цільова аудиторія	Комунікаційна ціль	Комунікацій на кампанія	Ключове повідомлення	Канали комунікації	Особа передавача							Комунікаційні кампанії							Комунікаційна кампанія	Задачі	Заходи	Строки	Відповідальні особи	Партнери	Матеріальні ресурси							
Комунікаційні пріоритети																																								
Цільова аудиторія	Комунікаційна ціль	Комунікацій на кампанія	Ключове повідомлення	Канали комунікації	Особа передавача																																			
Комунікаційні кампанії																																								
Комунікаційна кампанія	Задачі	Заходи	Строки	Відповідальні особи	Партнери	Матеріальні ресурси																																		
<p>Робота у групах Розділити учасників на 5 груп Запропонувати учасникам розробити комунікаційний план за запропонованою формою щодо однієї цільової аудиторії.</p> <p>Закликати учасників до уваги після групової вправи.</p> <p>Презентувати результати проведеної роботи і обговорити їх.</p>	<p>Варто роздати учасникам форми і запропонувати заповнити їх протягом 15-20 хвилин у групах. Після чого представити свої комунікаційні плани.</p> <p>Відзначити позитивні сторони та ризики розроблених комунікаційних планів.</p> <p>Відзначити необхідність у формуванні чітких бюджетів відповідно до комунікаційних планів і планування партнерств – за рахунок яких ресурсів можна зекономити і реалізувати комунікаційний план більш ефективно</p>																																							

XIV. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ

<p>Звернути увагу учасників на важливість оцінки ефективності комунікацій, наголосити на тому, що хоча оцінка ефективності відбувається після чи в процесі комунікації, основи для оцінки закладаються на етапі розробки комунікаційної стратегії</p> <p>Привести приклад та обговорити його у групі</p> <p>Підвищення обізнаності</p>	<p>Оцінка ефективності комунікації суду нерозривно пов'язана з процесом розробки комунікаційної стратегії. Незважаючи на те, що оцінка ефективності проводиться під час комунікації та після її закінчення, для вірної оцінки ефективності потрібно, щоб на етапі планування (комунікаційного і загального планування) були поставлені реалістичні стратегічні цілі і на їх основні тактичні завдання, які можна виміряти.</p> <p>Наприклад, «підвищити обізнаність громадян про судову систему» не можна оцінити, оскільки не зрозуміло на скільки підвищити обізнаність, якої кількості громадян, обізнаності щодо чого конкретно в судовій системі тощо. На всі ці питання потрібно відповісти на етапі планування. При цьому краще спланувати діяльність на основі існуючих даних (навіть якщо їх недостатньо), ніж не планувати її взагалі чи планувати без конкретних показників ефективності.</p> <p>Показники бувають кількісними та якісними. Також слід відрізнити показники ефективності реалізації задач і показники ефективності досягнення цілей. І перші, і другі мають оцінюватися. При цьому «яблука можна порівнювати лише з яблуками», тобто порівнюються лише одні й ті самі показники, отримані за допомогою однакової методології.</p> <p>Підвищити кількість конкретно визначених осіб, які знають (обізнаність) про той чи інший предмет (процес, явище, їх функції, особливості) – базова комунікаційна задача. Обізнаність потрібна для прийняття рішення, зміни поведінки, обізнані люди безкоштовно передають потрібні вам ключові повідомлення своїх знайомим, родичам, колегам.</p> <p>Загальна обізнаність цільової аудиторії оцінюється за допомогою опитувань (оффлайн чи онлайн) цільової аудиторії, більш глибоке розуміння обізнаності складних явищ можна оцінити за допомогою експертних опитувань, фокус груп та аналізу</p>
--	---

<p>Показники ефективності</p>	<p>поведінки цільової аудиторії.</p> <p>Якщо метою комунікації було прийняття чи не прийняття певного нормативного акту/рішення, оцінити результати комунікаційної діяльності можна проаналізувавши відповідні документи.</p> <p>Поведінка цільової аудиторії досліджується переважно за допомогою методу спостереження. Для якісної оцінки ефективності комунікацій слід заздалегідь визначити (чи розробити) методологію та інструменти (анкети, форми тощо) дослідження. Їх потрібно використовувати як на етапі планування комунікацій, так і на етапі оцінки їх ефективності.</p> <p>На рівні комунікаційних задач ймовірно використовуватимуться наступні показники:</p> <ul style="list-style-type: none"> • охоплення аудиторії – кількість осіб, які чули чи бачили ключове повідомлення в рамках комунікаційної кампанії; • кількість унікальних контактів – кількість осіб, які отримали ключове повідомлення не більше одного разу; • кількість згадувань певних ключових повідомлень/осіб у медіа (у інформаційному полі – в ключових медіа); • тональність публікацій; • кількість отриманих відгуків на ті чи інші повідомлення та їх тональність; • кількість учасників заходів суду; • якість заходів (за формою оцінки, яку заповнюють учасники); • кількість осіб, що комунікує з судом різними каналами • рівень їх задоволеності роботою суду тощо.
--------------------------------------	---

XV. АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Вказівки	Зміст навчання
<p>У вступній промові запитати учасників чи стикалися вони з кризами у роботі судів.</p> <p>Дати можливість відповіді і стисло розповісти про суть кризи, пов'язати цю кризу з кризою у сфері комунікацій</p> <p>Приклади криз</p>	<p>Запропонувати визначення кризи</p> <p>Криза - це надзвичайна ситуація, яка ставить під загрозу стабільність роботи суду. Головне правило – до криз потрібно ретельно готуватися. Підготовлені до кризи інституції екстремальну ситуацію переносять набагато краще, ніж ті, хто наївно вважає, що криза ніколи на наступить, а статистика свідчить, що передбачити можна до 90% криз.</p> <p>Кризові ситуації можуть бути різного характеру – вбито підсудного на виході з суду, суддю обвинувачують в корупції, працівник суду стріляв в людину, вищі посадові особи держави називають рішення суду незаконним, в суді слухається резонансна справа (можна частково прирівняти до кризових ситуацій). Об'єднує їх одна риса – підвищена увага з боку громадськості і ЗМІ.</p>
<p>Лекція</p>	<p>До кризи потрібно готуватися заздалегідь. Для того, щоб уникнути репутаційних втрат, до початку кризи слід підготувати:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) друковані матеріали, які можна роздати журналістам у випадку кризи, принаймні частково задовольнивши тим самим їх інтерес. Зміст матеріалів до настання самої кризи підготувати неможливо, але їх види і структуру – цілком реально; 2) спікери суду – ті, хто зможе першим прокоментувати кризову ситуацію від імені установи; 3) шаблони повідомлень – конструкції, які можна буде використовувати під час кризи для різних аудиторій – громадян, керівництва, журналістів, співробітників тощо. Тоді, коли на креатив немає часу; 4) пріоритетні канали комунікацій, які суд

	<p>використовуватиме під час кризи;</p> <p>5) команду, яка працюватиме над вирішенням кризової ситуації і комунікаціями суду під час кризи.</p> <p>В ідеалі – розробити ці модулі щодо кожного з можливих типів криз.</p> <p>Окрім цих надзвичайно важливих модулів, під час кризової ситуації слід пам’ятати наступні правила:</p> <ul style="list-style-type: none"> • забезпечте постійний (з 8.00 до 21.00) контакт з відповідальною особою принаймні двома каналами зв’язку (наприклад, мобільний та робочий телефон і email). Журналісти не чекатимуть ваших коментарів, якщо контактна особа виявиться «поза зоною досяжності» і опублікують матеріал без вашої позиції; • проведіть оперативну нараду, на якій проаналізуйте дійсні причини настання кризи і загрози, які вона може нести для суспільства. • підготуйте короткі, точні відповіді на основні запитання. Використовуйте прості і зрозумілі слова. Короткі відповіді допомагають зменшити нервозність; • визначте спікера (ів) саме під час цієї конкретної кризи. Існує думка, що іноді найвищим керівникам не варто одразу коментувати те, що відбувається, оскільки сама його присутність підкреслює небезпечність ситуації. • здійснюйте моніторинг повідомлень у медіа щодо кризи, швидко виправляйте помилки через контакти із журналістами; • запам’ятайте, що компанія, яка знаходиться у кризовому стані, оцінюється громадськістю за чотирма факторами, що забезпечують довіру та надійність: <ul style="list-style-type: none"> ○ співчуття та/або захист (як правило, протягом перших 30 секунд). ○ компетенція, експертиза та готовність діяти. ○ чесність та відкритість.
--	--

	<ul style="list-style-type: none">○ відданість.● не робіть пояснень, доки ви не почуєте аудиторію. Послухайте свою аудиторію – які ризики непокоять її. Один із способів оцінки потенційної реакції людей на ваше повідомлення полягає в тому, щоб зателефонувати декільком друзям та спитати їхньої думки;● будьте відвертими, відкрито визнайте свої помилки. Часто чиновники не визнають своїх помилок до тих пір, доти журналісти не наведуть докази, які очевидно підтверджують це. Врешті-решт така поведінка може зробити зі спікера посміховисько в очах цільової аудиторії. Одного разу втрачену довіру надзвичайно важко відновити;● працюйте у режимі нон-стоп протягом усієї кризи до самого її завершення;● зробіть організаційні і комунікаційні висновки з кризи.
--	--

XVI. ВИСНОВКИ

Вказівки	Зміст навчання
<p>Звернути увагу учасників на цілі програми, зазначені на титульній сторінці Розділу I Частини 4.</p> <p>Звернути увагу учасників на фліп-чарт або дошки, на яких ведучі записали цілі, заявлені учасниками на першому занятті.</p> <p>Запропонувати кожному учасникові пригадати заявлену ним ціль. Далі за допомогою підняття рук з'ясувати, скільки учасників досягли своєї мети, а скільки – ні. (Ця робота не проводиться при восьмигодинному розкладі.)</p>	<p>Дати стислий огляд цілей програми.</p> <p>Дати стислий огляд цілей учасників.</p>
<p>Мозковий штурм і загально групова дискусія</p>	<p>Запропонувати учасникам визначити основні принципи ефективної стратегічної комунікації.</p> <p>Прослідкувати, щоб серед них були:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) системність на планування; 2) орієнтація на цінності цільових аудиторій; 3) чесність та прозорість; 4) прагнення досягти взаєморозуміння; 5) спрямованість на досягнення організаційних цілей суду; 6) професійність; 7) використання найбільш ефективних каналів та інструментів комунікації
<p>Стисла мотивація учасників поширювати позитивний досвід і не опускає руки, якщо виникли проблеми.</p>	<p>Декілька слів про те, що робити, якщо ви не досягли поставлених цілей або виникли проблеми під час реалізації комунікаційної стратегії.</p> <p>Не опускає руки. По-перше, слід відверто визнати, що якщо ви перечитали цей посібник і почали впроваджувати концепцію стратегічних комунікацій у</p>

Причини невдач

діяльність суду – ви вже майже герой. Можна лише здогадуватися скільки навколо вас демотиваторів, наскільки обмежені ресурси і як складно ініціювати будь-які зміни в суді.

По-друге, проаналізувати в чому полягає причина вашої невдачі. Зазвичай, це одна з трьох причин:

1) **Невдале планування.** Планування – надзвичайно складний процес, якість якого покращується лише з досвідом. Проаналізуйте також причину невдалого планування. Це сталося внаслідок неправильної оцінки вподобань цільової аудиторії чи каналів комунікації тощо. Наступного разу вочевидь буде легше і вийде краще.

2) **Проблеми з комунікацією.** Спікер не справився із завданням? Сказався брак досвіду у проведенні прес-конференцій? Залежно від причини, підвищуйте свій багаж знань, покращуйте досвід або ж наступного разу залучайте експертів до того, з чим не можете справитися самі.

3) **Недостатньо ресурсів.** Насправді, це невдала оцінка і планування. Будь-які ресурси, необхідні для ефективної комунікації суду, можна знайти. За рахунок партнерств, використання безкоштовних чи умовно безкоштовних рішень, використання внутрішнього ресурсу – працівників суду тощо. Якщо не знаєте як – запитайте у колег з інших судів, які це вже успішно зробили або у експертів.

При наступному плануванні приділіть більше уваги тим етапам, недоліки на яких спричинили неможливість досягти поставлених в рамках комунікаційної стратегії цілей.

І наостанок, спробуйте визначити що пройшло успішно – журналісти

Обов'язкова комунікація успіхів

	<p>подякували вам за вчасний коментар, в коридорах стало менше черг, відвідувачі роздивляються інформаційний стенд або ви принаймні відчували які інструменти комунікації не працюють і знаєте що потрібно зробити інакше – все це свідчить про те, що ви витратили ресурси з користю для себе і для суду.</p> <p>Розкажіть про ці успіхи на зборах суду, поділіться з колегами з інших судів, підготуйте презентацію про ваш перший досвід стратегічних комунікацій і не зупиняйтеся на досягнутому.</p>
--	--

ЧАСТИНА 4

МАТЕРІАЛИ

Вступ

- XVII. Привітання та загальний огляд
- XVIII. Мета навчальної програми «Стратегічні комунікації суду»
- XIX. Комунікації з зовнішніми аудиторіями суду: організаційна перспектива
- XX. Цінності цільових аудиторій – фундамент стратегічних комунікацій суду. Потреби та інтереси цільових аудиторій
- XXI. Аналіз цільових аудиторій суду і status quo комунікацій з ними. Методи збору та аналізу інформації
- XXII. Комунікаційні цілі. Ключові повідомлення
- XXIII. Канали комунікації: власні, оплачені та зароблені медіа
- XXIV. ЗМІ як посередник між судом і його цільовими аудиторіями. Медіа карта
- XXV. Свобода преси та справедливий суд: баланс прав у світлі практики Європейського суду з прав людини
- XXVI. Положення про взаємодію судів та ЗМІ або як упорядкувати взаємовідносини
- XXVII. Ефективна взаємодія з журналістами
- XXVIII. Комунікаційні кампанії для цільових аудиторій
- XXIX. Розробка комунікаційного плану суду
- XXX. Оцінка ефективності комунікацій
- XXXI. Антикризові комунікації
- XXXII. Висновки

Вступ

Ці матеріали слід роздати учасникам, що надасть останнім змогу повніше осягнути зміст теми, підвищить ефективність вивчення програми і забезпечить учасників довідковою інформацією, яку вони використовуватимуть згодом, після закінчення програми. Матеріали мають бути представлені у папках; кожен учасник одержить одну таку папку. Матеріали потрібно розділити й пронумерувати відповідно до номера теми, вказаного в порядку денному навчання.

Порядок розміщення матеріалів у цьому навчально-методичному посібнику відповідає порядку представлення тем у шістнадцятигодинному розкладі навчання в Частині 2 та в конспекті занять у Частині 3. Тут наведено різні види матеріалів, у тому числі описи змістовної частини тем, форми, перевірні листи та уривки з інших публікацій. Матеріали не мають на меті надання енциклопедичного обсягу знань. Натомість вони призначені головним чином для використання під час програми і покликані допомогти учасникам досягти цілей навчання. Крім того, деякі з матеріалів стануть учасникам у нагоді в якості довідкової інформації вже після закінчення програми.

Викладачі мають критично оцінити застосовувані при висвітленні тем матеріали задовго до початку викладання програми. Адже цілком можливо, що доведеться оновити матеріали чи захочеться модифікувати їх з урахуванням власного стилю викладання та потреб учасників.

Цілі:

У результаті опанування цієї програми учасники зможуть:

11. Пояснити важливість ефективної комунікаційної взаємодії суду із своїми цільовими аудиторіями.
12. Визначити основні принципи та поняття у сфері комунікацій.
13. Спланувати і провести комунікаційні дослідження, визначити комунікаційні пріоритети суду.
14. Проаналізувати цільові аудиторії суду, їх потреби і вподобання, цінності та інтереси.
15. Визначити ефективні канали комунікації з цільовими аудиторіями.
16. Сформулювати ключові повідомлення суду до кожної з цільових аудиторій.
17. Визначити основні комунікаційні інструменти і скласти комунікаційний план суду.
18. Сформулювати комунікаційну стратегію суду.
19. Проаналізувати ефективність комунікаційної взаємодії суду з цільовими аудиторіями.
20. Управляти комунікаціями під час кризових ситуацій.

ФОРМА ІНТЕРВ'Ю

Ім'я

Нинішня посада

Досвід у сфері комунікацій в суді

Кумедна історія, пов'язана з комунікаціями в суді

Одна мета, що її учасник сподівається досягти під час опанування програми

Мета навчальної програми „Стратегічні комунікації суду”

РОЗДІЛ II

Цілі:

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Пояснити важливість ефективної комунікаційної взаємодії суду із своїми цільовими аудиторіями.
2. Визначити основні принципи та поняття у сфері комунікацій.

Матеріали:

Сторінка

1. Мета навчальної програми „Стратегічні комунікації суду”
2. Планування: написання комунікаційних планів/стратегій

«Наступного тижня не може статися кризи. Мій графік повністю заповнений».
Генрі Кіссінджер

Ефективний план комунікацій включає в себе ініціативи, які повністю відображають цілі вашої організації. В той же час, гарний план комунікацій не лише повинен бути націлений на первинну та другорядну цільову аудиторію, а й повинен ідентифікувати ключові повідомлення та теми, які ймовірно, будуть відповідати потребам цих груп.

Написання комунікаційних планів, які націлені на певну аудиторію, та, ймовірно, будуть сприйняті, вимагає комбінації ретельного планування та чіткого розуміння ставлення та думок зацікавлених сторін, на яких розрахований ваш план. Коли ви його пишете, вам потрібно сфокусувати його на чітких та добре продуманих ініціативах, що спираються на надійне та послідовне обґрунтування, а також зробити ваш стиль написання досконалим. Ви не можете писати те, що безпосередньо не стосується предмету.

Підказки для написання ефективного комунікаційного плану:

Використовуйте структуру, яка дозволить вам розбивати інформацію на основні частини з ключовими заголовками.

Комунікаційний план може бути структурований так само, як і інші види стратегічних планів. Типовий підхід передбачає наступне:

1. **Аналіз ситуації** – поточна ситуація, історія, обставини та чітке формулювання проблеми або можливостей.
2. **Цілі та завдання**
3. **Цільова аудиторія** – первинна та другорядна; демографічні та психологічні діаграми, якщо необхідно.
4. **Стратегія та обґрунтування для досягнення цілей та виконання завдань**, а також ваші аргументи на користь підходу, який ви використали при складанні плану.
5. **Тактика** – конкретні практичні заходи та складові – результати та звітні матеріали, продукти, щодо яких складався план, а також питання для обговорення, бюджет та часові рамки (у разі необхідності).
6. **Оцінка**. Як ви будете оцінювати ефективність вашого плану, конкретні результати, на основі яких ви зможете визначити, чи ваш план успішний або він провалився.

Проведіть деякі дослідження, щоб упевнитися, що правильно вибрали аудиторію – внутрішні і зовнішні. Проведіть дослідження на фокус-групах та опитування думок, поцікавтеся, що робили агенції чи організації подібні до вашої, щоб зрозуміти, що думають і відчувають їх зацікавлені групи. Може в них є дані опитувань, які вони проводили для аудиторії, що є близькою до вашої, або вони знають когось, хто це робив.

Інтернет є чудовим джерелом, щоб дізнатися, про що думають люди. Намагайтеся

бути «активним серфером» і ви здивуєтеся, коли побачите, як багато можна дізнатися про свої зацікавлені групи. Якщо у вас є вебсайт, організуйте зворотній зв'язок у режимі онлайн – це інший спосіб, як завжди тримати руку на пульсі та отримати дані для підтримки свого плану.

Якщо первинна аудиторія є внутрішньої аудиторією, відвідайте зустрічі, засідання, поговоріть з людьми, проведіть неформальні сесії «прослуховування». Заохочуйте людей до зворотного зв'язку та пропозицій, які потрібно задокументувати та використати як частину обґрунтування вашого плану.

Не покладайтеся на передчуття або ваші власні реакції. Дуже часто може статися, що ваша цільова аудиторія дуже відрізняється від вас, і ваші передчуття можуть виявитися неправильними.

Присвятіть час розробці та визначенню ваших цілей та завдань для себе та ваших читачів. Яких результатів, зв'язків ви очікуєте від реалізації вашого плану? Чи достатньо чітко ви сформулювали їх, щоб ваша компанія зрозуміла їх важливість?

Цілі та завдання повинні червоною ниткою пройти через увесь ваш план. Для того, щоб вони закріпилися у свідомості читачів, дуже добре повторювати їх, коли ви визначаєте стратегію та тактику (досягти цілі ...).

Визначити ключові повідомлення та теми, але не вдаватися в деталі. Намагайтеся досягти консенсусу від ключових гравців щодо того, якими повинні бути основні засоби комунікації. Формулюйте їх широко і впевніться, що ви їх достатньо обґрунтували.

Використовуйте візуальні засоби, якщо це можливо, щоб продемонструвати концептуальні ідеї стосовно комунікацій із залученням ЗМІ. Пам'ятайте, що ілюстрація варта тисячі слів.

Якщо план тягне за собою велику кількість тактичних завдань та/або повідомлень, використовуйте графічні схеми, щоб показати як ви будете їх виконувати.

Вважайте, що презентація вашого плану – це обговорення вашої презентації в «PowerPoint» з ключовими особами вашої компанії, які приймають рішення.

Не бійтеся використовувати інноваційні стратегії та тактичні підходи. Як ви знаєте, не кожна проблема комунікації може бути розв'язана за допомогою ЗМІ. Найефективніші підходи, як правило, передбачають не один шлях або засіб комунікації.

Використовуйте увесь спектр елементів, і медійні і немедійні, щоб забезпечити оптимальний зворотній зв'язок з вашими цільовими групами.

Намагайтеся збалансувати охоптя та частоту, а також стратегії проникнення та впливу повідомлень. Чи у вашому випадку найкраще охопити більше людей чи менше людей, але частіше? Чи ви хочете, щоб ваша аудиторія мала більше інформації або щоб інформація, яку ви їй надасте, мала більший вплив на неї?

Не забувайте про важливість масових кампаній та волонтерів. Політика може носити локальний характер, але це ефективний засіб комунікацій. Забезпечте ваші філії, що працюють з громадськістю, матеріалами, які допоможуть їм донести ваші повідомлення до громадськості. Якщо можливо, нехай вони адаптують ваше повідомлення до місцевих

умов.

Прив'яжіть ваші плани з оцінювання до ваших цілей та завдань. Якщо ваша ціль – збільшити обізнаність громадськості про нову політику або програму, використовуйте критерії оцінювання обізнаності, такі як, наприклад, відгуки, контакти та враження. Якщо ваша ціль – зміна ставлення/поведінки, можна провести аналіз-дослідження. Не думайте, що результати будуть надто значними. Це звичайна тенденція (а іноді – директива керівництва) – очікувати великих результатів, проте деякі цілі, як от зміна ставлення/поведінки, є дуже складними для досягнення та оцінки.

Формулюйте план простими реченнями. Як і багато інших документів, комунікаційні плани часто пишуться у спеціальному стилі та тоні. Щоб план був ефективний, він повинен бути сформульований чіткими реченнями і не містити жаргонних слів. Ви повинні бути впевнені, що ваші читачі зможуть слідкувати за вашою думкою та зрозуміють обґрунтування без жодних відволікаючих факторів. Академічна мова або креативний стиль викладення не є такими ефективними, як звичайна проста та зрозуміла мова.

При написанні:

- Використовуйте активні, орієнтовані на дію дієслова та речення, що починаються з підмета.
- Уникайте громіздких, складносурядних конструкцій та речень, що починаються з підрядного речення та прийменникового звороту.
- Будьте орієнтованими на ціль. Формулюйте складові плану у термінах переваг та результатів. Намагайтеся переконати ваших читачів, щоб вони підтримали ваш план, а не просто інформуйте їх про деталі.

Стратегічне планування – підготовка, щоб зустріти майбутнє

Ви написали комунікаційний план для фіскального року, в якому планується реалізувати велику кількість надзвичайних проєктів. Зараз ваш керівник вимагає від вашого департаменту вкладу в стратегічний план компанії. З чого потрібно починати?

Майже з того самого місця, але в ширшому сенсі. При проведенні аналізу ситуації розгляньте фактор, який описує усі зовнішні чинники, що накладають довгострокові обмеження, або врахуйте не лише локальні обмеження. Залучіть ваш персонал до проведення аналізу, подивіться на ситуацію з середини, оскільки вам потрібно знати, перед тим як ви почнете планування, чи ваша організація готова до змін. Може ваш персонал потребує перепідготовки або нового обладнання, щоб задовольнити технологічним вимогам.

Наступний крок при написанні – формулювання бачення. Бачення – це те, як ваша організація, на думку її членів, має працювати в майбутньому. Слід врахувати наступні дуже важливі аспекти:

Департамент комунікаційних послуг буде переважним провайдером комунікаційних послуг для усіх національних та регіональних відділень Агенції X.

Або

Група комунікаційних послуг буде підтримувати місію Агенції X шляхом

використання телекомунікаційних та інформаційних технологій, щоб забезпечити швидший, більш зручний та ефективніший доступ до послуг зв'язку, надаючи, таким чином, послуги клієнтам, зацікавленим сторонам Агенції та широкому загалу.

Цілі, стратегії та завдання

Ціль показує, куди ви збираєтеся рухатися. Стратегія – шлях до цього. Завдання – це конкретні кроки, які вам потрібно зробити, щоб досягти цілі. Для досягнення цілі може потребуватися більше однієї стратегії, а для реалізації стратегії – цілий ряд завдань.

Одна ціль, що стосується бачення, може бути такою:

Підсилення ефективності оголошень у формі звернень до громадськості Агенції X за допомогою використання мультимедійних засобів.

Завдання повинні бути конкретними (точно описувати, що слід зробити) та такими, що їх виконання може бути оцінено:

До кінця 2003 року 90 відсотків компаній, які отримали публікації Агенції, вважатимуть їх корисними. Визначте конкретну дату.

Отже, для вищевказаної цілі завдання буде таким:

90 відсотків необхідних мультимедійних технологій та повністю підготовлених працівників будуть готовими до роботи до середини 2001 року.

Інше завдання може бути таким:

Мультимедійне оголошення у формі звернення громадськості за результатами дослідження, проведеного Агенцією X в рамках ініціативи з генетичної інформації, повинно бути готовим для розповсюдження до вересня 2002 року.

Плани дій

План дій ставить перед нами завдання відійти від абстрактних мрій, притаманних світу планування, та взятися за написання реальних кроків, які будуть фактично реалізовуватися. Для кожного завдання план дій повинен визначити хто, що, коли, де та як. Ця фаза планування, яка безпосередньо стосується реалізації, може виконуватися командою, члени якої вирішуватимуть різні деталі. Кожен крок проекту повинен бути визначений наперед, навіть якщо потім, в процесі реалізації відбудуться зміни. Без плану дій ви не виконаєте багато завдань. Як правило, потрібно визначити часові рамки, а також пов'язати план з бюджетом організації.

Оцінка ефективності

Важливою частиною процесу планування є визначення того, яким чином ви будете оцінювати ефективність його виконання. Для оцінювання ефективності, яка стосується суспільного визнання, ви можете використовувати дослідження клієнтської бази, кількість відвідувань вебсайту, а також дослідження фокус-груп. Ресурси, які ваш департамент комунікацій може виділити для цього завдання, будуть визначати, наскільки багато інформації ви отримаєте від цієї діяльності. Гарна ідея – провести зустріч з офіційними особами, які здійснюють керівництво загальною діяльністю зі стратегічного планування, можливо, згідно з Законом про роботу уряду та результати, у вашій агенції. Вони не лише зможуть точно сказати вам що потрібно, але й поділяться досвідом і прикладами, які

стосуватимуться вашої місії.

Однак, стратегічне планування не слід вважати чимось подібним до написання звіту, оскільки це є неперервний процес. Це ітеративний, динамічний процес, який враховує все вищесказане. Хороший стратегічний план – це основа для усіх важливих речей, якими займаються комунікаційні відділи кожен день для сприяння досягненню результатів, пов'язаних з місією компанії. Якщо до цього залучений ваш персонал, а також ваші клієнти зсередини компанії та зовнішні клієнти, розробка стратегічного плану допоможе чіткіше визначити ваші пріоритети та спільні цілі.

Велика справа – отримати допомогу тоді, коли вона вам потрібна. Організації та корпорації приватного сектору розробляють стратегічні плани на роки. Спробуйте набрати слова “стратегічне планування” в будь-якій пошуковій системі Інтернету – ви будете здивовані кількістю посилань. Головне бюджетно-контрольне управління США (Government Accounting Office www.gao.gov) має величезну кількість звітів та настанов. Існують групи зі стратегічного планування, які періодично проводять свої зустрічі у Вашингтоні, округ Колумбія, деякі з них отримують спонсорську підтримку від Департаменту управління персоналом. Але найкраще – знайти експертів з управління у вашій агенції і поставити їм багато запитань.

КОМУНІКАЦІЇ З ЗОВНІШНІМИ АУДИТОРІЯМИ СУДУ: ОРГАНІЗАЦІЙНА ПЕРСПЕКТИВА

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначити ідеальну та прийнятну штатну структуру команди, яка займається комунікаціями суду
2. Визначити приклади внутрішніх структур, які займаються комунікаціями в іноземних судах

Матеріал

Сторінка

1. Переваги спеціалізованої судової комунікації;
2. Політика судового відділу зв'язків з громадськістю щодо ЗМІ (Округ Кларк, США)
3. Проект посадової інструкції спеціаліста суду із зв'язків з громадськістю (Україна)
4. Основні компетенції спеціалістів із зв'язків з громадськістю (США)

1.1. Переваги цілеспрямованої комунікації судів з громадськістю

Майкл Сомермерс

Резюме

Фахівці зі зв'язків із громадськістю (ФЗГ) у судах слугують головною з'єднувальною ланкою між громадськістю, засобами масової інформації та судом. Люди, які обіймають посаду ФЗГ, повинні мати відповідний професійний рівень, і за загального керівництва голови суду відповідають за підготовку та розповсюдження будь-якої інформації стосовно діяльності суду до широкої громадськості, приватних та державних установ, а також до засобів масової інформації, створюючи судові публікації, готуючи звіти та координуючи зусилля програм підтримки.¹

Вступ

Ще ніколи не була більшою важливістю фахівця зі зв'язків із громадськістю (ФЗГ) у забезпеченні спеціалізованої комунікації з громадськістю від імені суду. Уміння створювати сильні ключові повідомлення дозволяє суду повідомляти про свої потреби та демонструвати вчинки для забезпечення справедливого доступу до правосуддя.

Цей документ описує ключові компетенції та посадові обов'язки фахівців зі зв'язків із громадськістю у судах округу Кларк. Детальна інформація про набір навичок та вмінь, а також корисності ФЗГ була зібрана під час дослідження, проведеного Національним центром судів та засобів масової інформації ім. Дональда Рейнолдса при Національному юридичному коледжі та Конференцією фахівців зі зв'язків із громадськістю у судах. До того ж свій внесок у розробку цього документу зробили: Джоан Кенні, голова Конференції фахівців зі зв'язків із громадськістю у судах, Джерріан Гейслетт, фахівець зі зв'язків зі ЗМІ та громадськістю (у відставці) Вищого суду Лос-Анджелесу, Девід Селлерз, заступник директора зі зв'язків із громадськістю Адміністративного управління судів США, та Гері А. Хенгслтер, колишній директор Національного центру судів та засобів масової інформації ім. Дональда Рейнолдса.

Ще двадцять років тому думка про те, щоб мати в штаті фахівця зі зв'язків із громадськістю, була для судів чужою. Якщо раніше фахівців зі зв'язків із громадськістю принизливо вважали «майстрами вивертів та вигинів», наразі ця посада еволюціонувала і стала невід'ємною частиною адміністративного керівництва. Таких фахівців не тільки приймають у сучасних судах, а й нетерпляче чекають. ФЗГ у судах надають фактичну інформацію про судові процеси та події, що поліпшує стосунки судів з громадськістю та засобами масової інформації² та підвищує точність і правильність повідомлень у новинах. ФЗГ у судах виконують стратегічну важливу функцію з визначення питань, підготовки відповідей та оцінювання ефективності комунікаційної програми суду.

Фахівці зі зв'язків із громадськістю не лише розповсюджують публічні документи та іншу відкриту інформацію про суди, але також працюють зі ЗМІ, щоб підкреслити сильні сторони та ініціативи суду. З роками до обов'язків ФЗГ у судах додалось надання підтримки соціально-орієнтованих програм судів, законодавчих та урядових ініціатив, внутрішньої комунікації та юридичної освіти. ФЗГ виконують роль комунікаційних

стратегів, коли судам необхідно повідомити необхідну інформацію або дати відповідь на негативні новини та публікації. Відповідаючи на потреби громадськості, а також пропагуючи ініціативи та програми суду, ФЗГ у суді став невід'ємною частиною зусиль судів з підтримки та зміцнення довіри до судової системи.

Конференція фахівців зі зв'язків із громадськістю у судах, група професіоналів, яка складається зі 150 ФЗГ у судах (див. додаток), розробила список ключових компетенцій та обов'язків фахівців зі зв'язків із громадськістю у судах. Посада фахівця зі зв'язків із громадськістю у судах округу Кларк була створена у 2001, а посадові обов'язки були визначені виходячи зі списку ключових компетенцій (навичок та вмій) (див. додаток).

Звідки люди отримують новини судів?

Головні джерела інформації

27% - місцеві новини

30% - загальнонаціональні газети

23% - телевізійні новини

5% - Інтернет

4% - випадкові джерела

2% - власний досвід

5% - співробітники суду

4% - побічний досвід

Decision Resources, Ltd.

Дослідження читачів та глядачів новин у 2006 показало, що переважно більшість того, що люди знають про суди, вони дізналися зі ЗМІ. Найбільшими джерелами інформації продовжують залишатися газети та телебачення. Також зростає частка Інтернету та соціальних медіа. Невелика кількість, п'ять відсотків, отримують новини від співробітників судів. Робота зі ЗМІ з розповсюдження інформації про суд та надання відповідей про незавершені справи підвищує вірогідність того, що громадськість зрозуміє місію суду із забезпечення справедливого доступу до правосуддя.³

ЗМІ продовжують займати лідируючі позиції в інформаційному вирі. Більшість людей отримують інформацію про судові процеси, ініціативи та програми із загальних ЗМІ, ніж з будь-якого іншого джерела. Журналісти звикли покладатися на те, що фахівці зі зв'язків із громадськістю забезпечать їх повною та достовірною інформацією та допоможуть у підготовці новин, статей та сюжетів, які стосуються судових процесів та інших питань, пов'язаних із діяльністю суду. Це дозволяє громадськості чіткіше розуміти роль судів та їх діяльність.

Зали суду сповнені усілякими драмами, яких так палко бажає публіка. ЗМІ дуже швидко зрозуміли те, що давно знали представники судової системи: суд – це динамічне місце, де щодня розгортаються справжні людські пристрасті та життєві історії. Люди приходять до судів злими, засмученими, розкаявшись або ж не розкаявшись. Вони дізнаються свою долю. Хтось із них приймає її, інші – ні. Це

місце, де вирують емоції.

Все більше і більше громадськість стає одержимою судовими новинами. Репортери пишуть свої історії як драми. Новини надходять до нас 24 години на добу, сім днів на тиждень. Люди прагнуть інформації про судові процеси або обвинувачення і вимагають їх негайно.

Завдяки вмінням та роботі фахівця зі зв'язків із громадськістю у суді громада дізнається, що реальність міської судової системи дуже мало нагадує судові шоу, які вони бачать на телебаченні. Вони дізнаються, що суди забезпечують вирішення спорів, полегшення для потерпілих, а також можливість встановлення правосуддя для тих, хто був засуджений помилково.



*"Since you have already been convicted by the media,
I imagine we can wrap this up pretty quickly."*

©2001 Колекція The New Yorker з cartoonbank.com. Усі права захищені.

«Оскільки ви вже засуджені ЗМІ, я гадаю, ми можемо покінчити з цим досить швидко».

Зацікавленість ЗМІ призводить до судової практики та потреби у ФЗГ

Підвищена зацікавленість ЗМІ до гучних справ⁴ та можливості ЗМІ до поширення новин та історій спричинили нову хвилю конкуренції у висвітленні судових справ у ЗМІ. Суди перетворилися на майданчик, де з новою силою спалахнула битва між правами преси та правами відповідачів, оскільки ЗМІ наполегливо шукають нічим необмежений доступ до спостереження за судовими слуханнями, збором нотаток та переглядом судових документів.

З рештою, низка судових рішень Верховного суду США визначила та встановила рівновагу між доступом ЗМІ до судової зали зал та правами відповідачів, особливо справа «*Richmond Newspapers, Inc. проти штату Вірджинія*», справа «*Press-Enterprise проти Вищого суду (I та II)*» та справа «*Star Journal Pub. Co. проти окружного суду*». Верховний суд США відзначив, що доступ до судів є фундаментальною складовою розвиненої демократії. Це призвело до того, що суди встановили правила для ЗМІ.

Незабаром телевізійні репортери почали вимагати можливість використовувати свої камери у суді, аби робити репортажі - візуальне зображення реплік та тонкощів судових засідань. З середини 20 сторіччя доступ телевізійних камер до зали судових засідань був обмежений, здебільшого у відповідь на значний галас навколо судового процесу у справі про вбивство Сема Шеппарда⁴. І поки Верховний суд США прийняв рішення у справі «*Estes проти Техасу*», що Перша поправка до Конституції США не гарантує доступ камер до судової зали, з середини 1980-х судді почали дозволяти камерами записувати та передавати в ефір судові засідання.

Значним просуванням у висвітленні судових засідань у судах Невади стало рішення Верховного суду Невади у 1998 році, яким він затвердив правила, згідно яких дозволяється присутність телевізійних камер у судових залах. Ці правила, визначені у Правилах 229-247 «*Правила Верховного суду щодо роботи камер та електронних медіа у судах*», слугують підставою для висвітлення судових засідань пресою у судах Невади. Зрештою, ці правила надають кожному судді право прийняти остаточне рішення щодо того, коли і як допускати ЗМІ на слухання. Цей принцип забезпечує здатність судді захистити гарантію чесного правосуддя, як зазначено у справі «*Сполученні штати проти Brooklier*», та інші відповідні справи. Ці правила розроблені таким чином, аби обмежити вплив ЗМІ на судовий процес та забезпечити конституційні права відповідача.

Протягом останніх кількох років ЗМІ Невади все частіше роблять репортажі з судових процесів та інших судових засідань. Необхідність у фахівці зі зв'язків із громадськістю дуже зросла, оскільки гучні справи⁵ привернули увагу ЗМІ зі всього світу, як-от: «Штат проти Стрехмаера», «Штат проти Мерфі», «Штат проти Рудін» та «Штат проти Сімпсона».

Створення посади фахівця зі зв'язків із громадськістю в суді в окрузі Кларк

Слава та інтрига навколо судів округу Кларк були скріплені у 2000 році завдяки справі «Штат проти Мерфі», відомого для мільйонів людей як судовий процес у справі про вбивство Бініон. Ця справа викликала надзвичайну увагу з боку ЗМІ, репортажі на телебаченні з'являлися щодня, а учасники процесу від адвокатів до судді стали пізнаваними в усьому світі. Оскільки ЗМІ зробили з судового процесу подію, стало очевидним, що судова зала засідань перетворилася на центрального гравця у цій історії.

Відділ зі зв'язків із громадськістю у суді був створений у 2001 році, щоб забезпечити суд Восьмого судового округу рекомендаціями зі зв'язків із громадськістю та підтримкою у гучних справах. Роль цього відділу поширилася у 2005 році, коли також був доданий міський суд Лас-Вегасу. Раніше діяльність зі зв'язків із громадськістю була розподілена між керуючими справами суду та HR-менеджером за підтримки Управління зі зв'язків із громадськістю округу Кларк.

1.2. Роль фахівця зі зв'язків із громадськістю

Фахівець зі зв'язків із громадськістю має здатність та можливість розвивати стосунки зі ЗМІ та вирішувати медіа-питання, на які в суддів та керуючих справами суду обмаль часу чи можливостей. Це дозволяє репортерам отримувати інформацію, коли вона їм потрібна. Розвинені стосунки зі ЗМІ також дають ФЗГ суду можливість розповсюдження позитивної інформації, коли у судів виникає потреба у спілкуванні з громадськістю.

Оскільки робота ЗМІ включає в себе дедлайни (крайні строки подачі матеріалів), які можуть бути щоденними або навіть щогодинними (це стосується вебсайтів, цілодобових каналів та соціальних медіа)⁶, дуже важливо створити джерело у суді, яке буде доступним та зможе вчасно надавати інформацію. Керуючі справами суду рідко мають таку можливість, а судді занадто зайняті виконанням своїх обов'язків. Позитивні стосунки зі ЗМІ⁷ також можуть означати, що ЗМІ писатимуть про ініціативи суду, коли буде необхідно пропагувати судову програму чи нову процедуру. Гарні стосунки забезпечують те, що репортер більш схильний вислухати сторону суду і висвітлити проблему з усіх боків.

Фахівці зі зв'язків із громадськістю у судах розробляють комунікаційні стратегії та працюють зі своїми контактами, ЗМІ або зацікавленими групами, щоб розповсюдити новини суду. ФЗГ у суді навчений розуміти життєвий цикл новини, процес зібрання новин і вміє відповідати на запити належним чином.

Щодня фахівці зі зв'язків із громадськістю у судах допомагають ЗМІ зі щоденним розкладом та оновленнями статусу справ, в яких ЗМІ попросили дозволу на зйомку, відеозапис або фотографування. Допомога ЗМІ з їхніми запитами загального характеру може принести користь суду, зменшивши кількість дзвінків журналістів працівникам суду.

В особливо важливих справах копії документів надаються ЗМІ в електронному вигляді або забезпечується їх наявність у найближчому копіювальному центрі. Таким чином зменшується навантаження з боку ЗМІ, які роблять запити документів у секретаря суду⁸.

Фахівець зі зв'язків із громадськістю інформує суддів про новини та повідомлення у ЗМІ та про судові справи, які привертають увагу ЗМІ. Підчас особливо важливих або гучних судових процесів фахівець зі зв'язків із громадськістю у суді розробляє медіа-плани, деталізуючи всі аспекти висвітлення особливо важливої справи у ЗМІ⁹. Це планування здійснюється спільно з головою суду, суддею який розглядає справу, керуючим справами суду та судовим маршалом, який відповідає за безпеку у будівлі суду. Ці плани надаються акредитованим ЗМІ, адвокатам та судді до того, як почнеться розгляд особливо важливої справи.

Після початку судового процесу фахівець зі зв'язків із громадськістю у суді виконує наступні функції: допомагати та давати поради судді, який розглядає справу, та голові суду щодо питань, пов'язаних зі ЗМІ; працювати над мінімізацією впливу присутності ЗМІ та обробкою запитів ЗМІ щодо задіяних у процесі працівників суду, щодо інших судових приміщень та судової діяльності; допомагати забезпеченню дотримання

відповідного етикету у суді, щоб сторони, які беруть участь у процесі, могли отримати справедливе правосуддя; а також працювати над забезпеченням найзручнішого розташування публіки згідно можливостей, які має суд.

Типові обов'язки

I. Надання ЗМІ первинної інформації та координація контактів для надання поточної та надзвичайної інформації ЗМІ та громадськості.

а) Розвиває та підтримує робочі стосунки з і ЗМІ, громадськістю та зацікавленими групами.

б) Інформує працівників суду, адвокатів, громадськості, ЗМІ, освітніх закладів, урядових установ, громадських та професійних організацій а також інших відповідних груп про функції, діяльність та цілі суду.

в) Координує надіслані запити на акредитацію камер у суді.

г) Готує та поширює прес-релізи, зведення та заяви до ЗМІ.

д) Надає ЗМІ інформацію та письмові матеріали стосовно судових процесів, слухань та клопотань.

е) Надсилає електронні щоденні зведення новин суддям та адміністрації суду.

є) Координує підготовку відповідей на інформаційні запити з боку ЗМІ, громадськості та інших організацій.

ж) Координує роботу ЗМІ у суді.

II. Забезпечення координації проекту та аналізу комунікаційної політики.

а) Працює над розробкою матеріалів та розробляє найбільш інформаційний підхід презентації матеріалів.

б) Допомогає з матеріалами для окружного суду.

в) Проводить дослідження.

г) Готує відповіді судів округу Кларк громадськості та окремим офіційним особам.

д) Розглядає та оцінює комунікаційні потреби у незакінчених судових справах та справах, які пропонуються до розгляду.

е) Забезпечує зв'язок та підтримку персоналу у низці комітетів.

III. Розробка інформаційних судових матеріалів та допоміжних документів.

а) Брошури

б) Річні звіти

в) веб-сайти

г) відео

IV. Надання підтримки, навчальних послуг громадськості.

- а) Громадські події, запрошення до виступів та турне.
- б) Візити та турне можновладних осіб.
- в) Проводить екскурсії для освітніх закладів ат інших груп.
- г) Події, спрямовані на ознайомлення громади

V. Спеціальні проекти.

- а) Пише та редагує звіт пор стан судової системи.
- б) Пише колонку від імені голови суду Восьмого судового округу для юридичного журналу графства Кларк.
- в) Створює та розробляє допоміжні матеріали на підтримку законодавчих пропозицій та пропозицій з комунікаційної політики.
- г) Координує щорічний день «Приведи свою дитину на роботу».
- д) Допомагає в організації подій з нагородження, відзначення суддів.
- е) Допомагає з підготовкою низки подій, які відбуваються на території суду.

Висновки

Фахівець зі зв'язків із громадськістю у суді аналізує та розробляє комунікаційні інструменти, які дозволяють судам округу Кларк пропагувати їх місію служіння громадськості. Суди округу Кларк продовжують привертати увагу до різноманітних програм та особливо важливих судових процесів. Комунікаційні поради та стратегічне планування, впроваджене ФЗГ у суді, дозволяє суду організувати процес підготовки відповідей таким чином, що його можна вимірювати та контролювати. Фахівець зі зв'язків із громадськістю створює комунікаційні матеріали, які підтримують судові ініціативи, особливо допоміжні матеріали для законодавчих, соціально-орієнтованих та судових програм.

Суд вимагає професійного управління зв'язками зі ЗМІ для комунікації необхідних меседжів, оскільки він працює над забезпеченням справедливого та рівноправного здійснення правосуддя. При цьому громадськість вимагає доступу до програм та інформації по суди. Завданням фахівця зі зв'язків із громадськістю є забезпечення судів округу Кларк спеціалізованими знаннями, які сприяють розповсюдженню інформації про програми, створення зв'язку між керівництвом суду та громадськістю та координація спеціальних проектів, які підтримують стратегічну місію суду.

Типова посадова інструкція спеціаліста із зв'язків з громадськістю

ПРОЕКТ

ПОГОДЖЕНО
Рішення Ради суддів України
від 02 жовтня 2009 р. № _____

ЗАТВЕРДЖЕНО
Наказ Державної судової
адміністрації України
від _____ 2009 р. № _____

ТИПОВА ПОСАДОВА ІНСТРУКЦІЯ СПЕЦІАЛІСТА ІЗ ЗВ'ЯЗКІВ З ГРОМАДСЬКІСТЮ

1. Загальні положення

1.1. Посадова інструкція спеціаліста суду із зв'язків з громадськістю встановлює єдині засади діяльності, обсяг посадових обов'язків та основні вимоги щодо їх виконання, права та відповідальність особи, яка займає посаду спеціаліста суду із зв'язків з громадськістю (далі - спеціаліст), кваліфікаційні вимоги.

1.2. Спеціаліст є посадовою особою апарату суду, правовий статус якої визначається Законом України "Про державну службу".

1.3. Спеціаліст призначається на посаду та звільняється з посади наказом голови суду з дотриманням вимог трудового законодавства та законодавства про державну службу України.

1.4. На посаду спеціаліста призначається особа, яка має вищу гуманітарну освіту з освітньо-кваліфікаційним рівнем магістра, спеціаліста, стаж роботи за фахом на державній службі або в засобах масової інформації не менше 2-х років.

1.5. Спеціаліст безпосередньо підпорядковується голові суду та керівнику апарату суду.

1.6. Спеціаліст безпосередньо підпорядкованих працівників апарату суду не має.

1.7. У випадку тимчасової відсутності спеціаліста, його посадові обов'язки виконує помічник (радник) суду або інша особа, визначена головою суду.

1.8. Спеціаліст у своїй діяльності керується Конституцією України, законами України, постановами Верховної Ради України, актами Президента України, постановами Кабінету Міністрів України, іншими нормативними актами.

1.9. Спеціаліст повинен бути добре обізнаним з Кодексом професійної етики суддів України та Правилами поведінки працівника суду.

2. Завдання та обов'язки

2.1. Аналізує цільові аудиторії суду, громадську думку з метою постановки комунікаційних задач, розробки програм та оцінки ефективності діяльності суду у сфері зв'язків з громадськістю.

2.2. Розробляє комунікаційну стратегію суду та план дій з метою побудови ефективних взаємовідносин з цільовими аудиторіями суду, підвищення обізнаності про діяльність, програми та заходи, які здійснює суд.

2.3. Забезпечує розвиток інформаційних зв'язків між судом та відвідувачами суду, місцевим населенням, органами державної влади, підприємствами, об'єднаннями громадян, науковими та експертними установами, засобами масової інформації тощо.

2.4. Розбудовує взаємовідносини з різними цільовими групами через робочі контакти, організацію та участь у програмах і заходах.

2.5. Планує та запроваджує заходи з інформування працівників апарату суду, суддів, адвокатів, громадські організації, місцеве населення, ЗМІ, навчальні установи, державні установи, громадські, професійні організації та інші цільові групи про функціонування, діяльність та задачі суду.

2.6. Сприяє формуванню об'єктивного уявлення про діяльність суду у громадськості, державних структур, а також інших цільових груп.

2.7. Здійснює робочі контакти з відповідними органами, установами, підрозділами, експертами державних органів влади та органів місцевого самоврядування.

2.8. Виконує функції контактної особи суду у відносинах зі ЗМІ, розуміє важливість висвітлення у пресі діяльності суду, поводить з представниками медіа з повагою з огляду на їх місію інформувати суспільство.

2.9. Формує і веде актуальну базу даних ЗМІ та журналістів, розбудовує ефективні взаємовідносини з засобами масової інформації шляхом надання інформації та матеріалів про діяльність та програми суду представникам ЗМІ.

2.10. Координує підготовку звітів, прес-релізів, буклетів, брошур, матеріалів для прес-конференцій, брифінгів, аудіовізуальних презентацій з використанням комп'ютерних технологій, періодичних вісників та інших публікацій для внутрішнього і зовнішнього розповсюдження.

2.11. Бере участь у розробці технічного завдання на розробку веб-сайту суду, відповідає за наповнення веб-сайту і аналіз ефективності його роботи.

2.12. Готує відповіді на запити ЗМІ.

2.13. Досліджує матеріали та готує зміст для новин і статей в національних, регіональних та місцевих друкованих ЗМІ, а також Інтернет-ресурсах.

2.14. Проводить моніторинг матеріалів преси, радіо та телебачення, які стосуються діяльності суду, забезпечує збереження цієї інформації, організовує оперативне реагування на виступи, повідомлення про суд, якщо це доречно.

2.15. Координує проведення інтерв'ю з суддями та працівниками апарату суду.

2.16. Готує і надає голові суду добірки інформаційних матеріалів про судову діяльність, експрес-аналізів (дайджестів) матеріалів ЗМІ.

2.17. Після узгодження з головою суду направляє в ЗМІ прес-релізи та інші офіційні документи; анонсує події і заходи, програми і плани суду.

2.18. Бере участь в підготовці та проведенні прес-конференцій, брифінгів, організації тематичних зустрічей з журналістами з питань судової діяльності, візуальних матеріалів, в здійсненні інших організаційних заходів.

2.19. Спільно з головою суду розробляє план дій поводження з пресою в умовах резонансних судових процесів і завчасно доводить його зміст до уваги ЗМІ.

2.20. Координує присутність ЗМІ на судових процесах, забезпечуючи доступ різних медіа на не дискримінаційній основі.

2.21. Відвідує слухання резонансних справ.

2.22. Відповідає за підготовку прес-релізів з метою спростування/уточнення поширеної ЗМІ інформації з повагою до презумпції невинуватості особи і права суспільства бути своєчасно поінформованим.

2.23. Забезпечує ведення діловодства у сфері взаємодії з громадськістю і ЗМІ.

2.24. Аналізує і узагальнює досвід взаємодії суду з громадськістю та засобами масової інформації.

2.25. Аналізує діяльність суду із зв'язків з громадськістю та враховує результати при наступному плануванні роботи.

2.26. Організовує методичну допомогу суддям та працівникам апарату суду з питань інформаційного законодавства та політики.

2.27. Здійснює інші обов'язки, пов'язані зі зв'язками з громадськістю.

3. Права

Спеціаліст має право:

3.1. Користуватися правами і свободами, передбаченими Конституцією України, Законами України "Про державну службу", "Про судоустрій України" та іншими нормативними актами.

3.2. На соціальний та правовий захист відповідно до свого статусу.

3.3. Вносити пропозиції щодо вдосконалення роботи суду у сфері зв'язків з громадськістю.

3.4. Брати участь у плануванні роботи суду у межах своєї компетенції.

3.5. Одержувати від структурних підрозділів суду інформацію, необхідну для виконання покладених на нього функцій і обов'язків.

3.6. Отримувати у встановленому порядку від посадових осіб суду документи, довідки, розрахунки, інші матеріали, необхідні для виконання службових обов'язків.

3.7. За згодою голови суду залучати суддів, керівників структурних підрозділів суду, відповідних спеціалістів для підготовки документів, а також для розробки заходів, що здійснюються прес-службою суду.

3.8. Брати участь у роботі президії суду, Зборах і нарадах суддів судових палат у межах своєї компетенції, робочих зустрічах колективу суду, зустрічах з іноземними делегаціями, інших заходах суду;

3.9. Підписувати службову документацію в межах своєї компетенції.

4. Відповідальність

4.1. Спеціаліст відповідно до Кодексу законів про працю України, Законів України „Про державну службу” та „Про боротьбу з корупцією” несе відповідальність за порушення трудової дисципліни, неякісне або несвоєчасне виконання посадових обов'язків і завдань, бездіяльність або недоброросовісне використання наданих йому прав, порушення норм етики поведінки державного службовця або обмежень, пов'язаних з прийняттям на державну службу та її проходженням.

4.2. Спеціаліст не несе відповідальність за некоректне висвітлення, перекручення у засобах масової інформації діяльності суду або його посадових осіб, що сталися не з

ЙОГО ВИНІ.

Компетенція фахівців із зв'язків з громадськістю

Судові відповідальні за зв'язки з громадськістю, виконують функції контактних осіб між судовою владою та громадськістю і працюють на усіх рівнях судової системи, включаючи, суди першої інстанції, апеляційні суди та адміністративні відділи судів. Хоча їхні обов'язки можуть значно відрізнятися залежно від штату та юрисдикції того чи іншого суду, відповідальний за зв'язки з громадськістю загалом забезпечує підтримку відносин зі ЗМІ та громадськістю, підтримку роботи з населенням, освіти та публікацій. Він також може брати участь у законодавчій та урядовій діяльності, внутрішніх комунікаціях, правовій освіті та виконанні наглядової управлінської функції, наприклад, керування відділом зв'язків з громадськістю.

Судовий відповідальний за зв'язки з громадськістю, загалом має бездоганно володіти навичками і письмовою, і усною комунікації, а також повинен мати аналітичні здібності, дипломатичність, гнучкість, креативність, швидкість мислення, вміння перекладати юридичні жаргонізми мовою пересічної людини, здатність виконувати декілька функцій одночасно та вміння зберігати спокій в умовах тиску. Судовий відповідальний за зв'язки з громадськістю, працює з суддями, працівниками суду, адвокатами, ЗМІ та громадськістю і, отже, повинен мати знання, впевненість, піар-навички для того, щоб ефективно працювати з кожною з цих сторін.

Нижченаведений перелік основних компетенцій відображає досвід та широкий спектр навичок, які повинні мати судові відповідальні за зв'язки з громадськістю. Цей перелік не слід розглядати як посадову інструкцію судових відповідальних за зв'язки з громадськістю, а, скоріше, як розширений каталог потенційних функцій. Фінансове та кадрове забезпечення відділів зв'язків з громадськістю також безпосередньо впливає на можливість його співробітників виконувати функції, зазначені у цьому документі. При зменшенні цих ресурсів, зменшуватимуться можливості судових відповідальних за зв'язки з громадськістю у виконанні своєї роботи.

Відносини зі ЗМІ

Підтримка відносин зі ЗМІ загалом є однією з основних обов'язків судових відповідальних за зв'язки з громадськістю. Їхня головна мета – створити позитивний імідж та сприяти порозумінню між судами та ЗМІ, застосовуючи різноманітні навички та прийоми.

Як медіа-експерт,

- розробіть та запровадьте план роботи зі ЗМІ;
- будуйте та підтримуйте довіру, як у відносинах з пресою, так і зі співробітниками суду;
- консультируйте вище керівництво з медіа-питань;
- стратегічно використовуйте піар-інструментарій (наприклад, прес-конференції, прес-релізи, інформаційні листи, інформаційні повідомлення);
- оцінюйте результати медіа-кампаній;

- пишіть публіцистичні статті та листи до редакторів в освітніх цілях або з метою відповіді на негативний матеріал;
- відслідковуйте поточні та прогнозуйте майбутні новини;
- готуйте співробітників суду до розмов з представниками ЗМІ у формі брифінгу про основи проведення інтерв'ю та консультируйте їх про потенційні можливості та про підводні камені інтерв'ю;
- здійснюйте моніторинг висвітлення у новинах подій, пов'язаних з роботою суду, та складайте щоденне резюме на основі статей, присвячених роботі судів;
- стратегічно розміщуйте матеріали.

Як речник суду,

- застосовуйте зрозумілі терміни, уникаючи юридичних жаргонізмів;
- надавайте журналістам точну інформацію та необхідні цитати;
- представляйте журналістам «точку зору» суду і надавайте супровідну інформацію;
- аналізуйте та визначайте пріоритет питань, які потребують негайної уваги найвищого керівництва;
- давайте інтерв'ю з актуальних питань;
- розумійте журналістський жаргон (наприклад, «з офіційного джерела», «з анонімного джерела» «за непідтвердженими даними» «за неофіційними даними») та визначайте відповідний час використання цих способів надання інформації;
- дотримуйтеся у своїй роботі часових обмежень журналістів та розумійте різний час підготовки друкованих, радіо-, теле- та Інтернет-новин;
- визначайте відповідний час для виконання функцій речника та відповідний час для спілкування з суддями та співробітниками суду.

Забезпечуючи публічність,

- готуйте прес-релізи та інформаційні бюлетені, які привертають увагу і є цікавими з точки зору подачі новин;
- оцінюйте новинну привабливість матеріалу та наголошуйте на ній, «продаючи» ці матеріали ЗМІ;
- познайомтеся з редакторами та журналістами, перед якими поставлене завдання «вдарити» по судах;
- встановіть найкращий медіа-засіб для того чи іншого матеріалу та адаптуйте матеріал відповідно;
- залучіть журналістів та редакторів, які розміщуватимуть матеріали про суди;
- надавайте журналістам імена членів колегії адвокатів або інших об'єднань в якості джерел інформації у процесі підготовки матеріалів для суду.

Підтримуючи позитивні стосунки між судом та пресою,

- швидко та точно реагуйте на запити преси;

- формуйте стислі дані про справи/рішення та своєчасно розподіляйте їх серед представників преси;
- керуйте потребами ЗМІ при розгляді резонансних справ, включаючи зустрічі у залі судових засідань, кількість осіб у приміщеннях для преси, доступ до судової документації тощо;
- сприяйте діалогу та добрим відносинам судів і ЗМІ, влаштовуючи регулярні засідання керівників судів та редакторів;
- готуйте медіа-матеріали, інформаційні буклети, історичні матеріали чи інші інформаційні публікації, що допомагатиме журналістами висвітлювати роботу судів;
- розробляйте та координуйте реалізацію освітніх програм для ЗМІ.

Працюючи з негативно налаштованою пресою.

- зупиніть ефект сніжного кому при подачі помилкового, негативного матеріалу;
- швидко оцініть кризову ситуацію та проконсультуйте керівництво стосовно оптимального плану дій;
- забезпечте своєчасного виконання стратегічного плану;
- швидко збирайте та поширюйте факти про певну ситуацію з метою досягнення контролю над матеріалами;
- дійте в якості речника організації або призначте іншу особу речником для роботи з репортерами;
- активно працюйте у кризовій ситуації, щоб після публікації Вам не довелося реагувати на негативні публікації;
- пишіть публіцистичні матеріали та «листи до редактора» у відповідь на негативну чи помилкову статтю;
- підтримуйте партнерські стосунки з адвокатурою та іншими відповідними об'єднаннями у процесі реагування на критику роботи судів.

Координуючи цікаві для преси події.

- визначте найкращі способи реалізації задач організації (наприклад, що краще для організації: прес-конференція, інтерв'ю один на один чи брифінг для преси тощо);
- консультуйте та навчайте вище керівництво стосовно цих питань;
- оберіть та створіть перелік речників для певної події;
- знайте, як саме повідомляти пресу та забезпечувати висвітлення певної події у новинах;
- створюйте письмові прес-матеріали для їх подальшого поширення у т.ч.: прес-релізи, інформаційні бюлетені, ілюстрації та інші матеріали;
- включіть необхідний Вам захід у перелік медіа-заходів;
- знайте, як організувати кімнату для прес-конференції, беручи до уваги візуальні аспекти цікавої для преси події та потреби ЗМІ;
- забезпечте можливість підключення устаткування при широкомасштабній трансляції;

- слідкуйте за учасниками медіа-заходу та направте їх до відповідних речників;
- оцініть результати прес-конференцій, склавши матеріали для новин та провівши моніторинг медіа-покриття.

Комунікація у кризових ситуаціях

- Створіть план комунікації у кризових ситуаціях;
- реалізуйте порядок дій у надзвичайних обставинах;
- знайте, як передавати громадськості та співробітникам суду інформацію у надзвичайних обставинах тоді, коли виникають труднощі з традиційними засобами комунікації (наприклад, радіо, Інтернет, телефони «гарячої лінії»).

Освіта

Допомагати громадськості зрозуміти та оцінити роль та функцію судової системи є важливим та складним завданням. Визнаючи ЗМІ єдиним способом спілкування з громадськістю, Судовий відповідальний за зв'язки з громадськістю, повинен розробити ідеї та реалізувати освітні програми, які охоплюватимуть усі верстви населення від молоді до людей старшого віку.

- Розробіть програми у співпраці з місцевими навчальними закладами, які ознайомлюватимуть студентів з судовою системою (наприклад, екскурсії до суду, інсценування судового процесу, дні відкритих дверей, наставництво та програми стажування);
- реагуйте на запити та клопотання громадськості;
- створюйте письмові інформаційні пакети для цільових груп;
- працюйте у партнерстві з місцевими навчальними закладами у процесі розробки навчальних планів, які пов'язані з правознавством та застосовуються у програмах викладання суспільних наук;
- працюйте у партнерстві з школами права при розробці для студентів програм, які пов'язані з судовою системою (наприклад, літнє стажування, стажування в якості секретаря судді);
- наглядуйте або беріть участь у процесі розробки та функціонуванні вебсайту судової системи з метою надання пресі та громадськості вчасної, актуальної інформації;
- розробіть програми доступу до кабельної лінії, яка допоможе інформувати громадськість про різноманітні правові питання;
- створюйте та розміщуйте оголошення про суспільну службу;
- розробляйте та реалізуйте суспільні кампанії з правових питань;
- розробляйте веб-контент та інформуйте громадськість мережею Інтернет.

Робота з населенням

З освітою тісно пов'язана робота з громадськістю, яка передбачає формування ефективних стосунків з громадськістю та надання точної інформації про діяльність суду

основним групам населення, а саме: бізнесу, громадянському суспільству, правовим та правозастосовним організаціям.

- Формуйте зацікавленість населення та сприяйте підтримці населення;
- оцініть потреби громади та розробіть судові програми, які задовольнятимуть ці потреби;
- працюйте у співробітництві з громадськими організаціями для створення та розробки програм роботи з населенням;
- створіть для суддів та співробітників судів можливість виступити у громадських радах, навчальних закладах та перед іншими групами зацікавлених осіб;
- створіть екскурсійні програми до судів, адаптовані під різноманітні аудиторії (наприклад, школярі, громадяни похилого віку, судді інших судів);
- оцініть вимоги запровадження нової програми та реалістично оцініть можливі переваги відносно наявних ресурсів;
- працюйте у співробітництві з адвокатськими об'єднаннями з питань правознавчих програм;
- плануйте та координуйте спеціальні заходи та програми, наприклад, день права, акція «На роботу – разом із донькою», дні відкритих дверей тощо.

Внутрішня комунікація

Для належного обслуговування громадськості необхідно забезпечити належну поінформованість персоналу. Надання суддям та співробітникам судів точної інформації про діяльність суду та основні політичні ідеї часто є обов'язком судового відповідального за зв'язки з громадськістю.

- Складайте та регулярно поширюйте новини та відеоматеріали про роботу судів;
- пишіть, редагуйте чи керуйте процесом підготовки новин та публікацій співробітниками суду;
- оцінюйте інформацію на предмет її релевантності для працівників та поширюйте її через відповідні канали (наприклад, система Інтернет, електронна пошта);
- розробіть та запровадьте план повідомлення директив співробітникам у випадку надзвичайних обставин.

Публікації

Опубліковані судом матеріали надають читачам своєчасну, точну інформацію про діяльність судової влади і можуть загалом досягти широкої аудиторії через масові канали та веб-мережі. Публікації загалом включають інформаційні бюлетені, річні звіти, брошури, керівництва для користувачів, історичні буклети та інформацію для присяжних.

- Оцініть масштаб проекту, визначте переваги публікації відносно реалістичного розрахунку ресурсів, які потрібні для його реалізації;
- адаптуйте тематику, мову та стиль публікації до аудиторії (наприклад, школярі, адвокати, ЗМІ);
- пишіть чітко, уникаючи юридичних термінів;
- будьте добре обізнані з процесом публікації, робочими графіками та протоколами публікації;
- редагуйте проекти публікацій та пропонуйте конструктивну критику.

Відносини з законодавчою / виконавчою владою

Ефективні стосунки з іншими гілками влади дозволяють інформувати їх про важливі питання судової системи та сприяють позитивній міжвідомчій комунікації. Судовий відповідальний за зв'язки з громадськістю, може бути корисним у своєчасному наданні інформації про діяльність суду та основні питання, які впливають на основне населення.

- Розробіть освітні програми для законодавчої та виконавчих гілок влади;
- пишіть промови для суддів та керівників судів;
- визначте основних законотворців та відповідні зацікавлені групи;
- розробіть медіа-кампанію, спрямовану на ухвалення необхідного законодавства;
- координуйте медіа-кампанії, які співпадатимуть з циклами законотворчості;
- спрямовуйте роботу журналістів та ЗМІ на певні законодавчі галузі;
- готуйте редакторські статті та новини для підтримки необхідного законодавства та оцінки результатів медіа-кампаній.

**ЦІННОСТІ ЦІЛЬОВИХ АУДИТОРІЙ – ФУНДАМЕНТ СТРАТЕГІЧНИХ
КОМУНІКАЦІЙ СУДУ. ПОТРЕБИ ТА ІНТЕРЕСИ ЦІЛЬОВИХ АУДИТОРІЙ**

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначити поняття цінність, чим воно відрізняється від потреб та інтересів.
2. Визначити критерії справедливого суду.
3. Визначити специфічні цінності для окремих цільових аудиторій суду

Матеріал

Сторінка

1. Право громадян на справедливий суд

Право громадян на справедливий суд

Основна функція суду – здійснення правосуддя. Згідно з Європейською конвенцією з прав людини (ст.6) «кожен має право на **справедливий і публічний** розгляд його справи упродовж **розумного** строку **незалежним і безстороннім** судом, встановленим **законом**». Ця стаття встановлює вимоги до судочинства, на яке має право кожна людина. Роль держави – забезпечити це право.

Доступність правосуддя

Доступність правосуддя передбачає організаційну і процесуальну можливість кожного звернутися до суду за вирішенням своєї справи.

Доступність – це надзвичайне широке поняття в тлумаченні Європейського суду з прав людини. Воно включає в себе фізичну (територіальну) наближеність судів до населення, раціональну організацію роботи судів, надання кваліфікованої юридичної допомоги незабезпеченим верствам населення, особливо у кримінальних справах, розумні правила і процедури (відсутність затягування, бюрократизму, розумність судових витрат), які не зводять нанівець суть права на справедливий суд.

Очевидно, що якщо людині потрібно проїхати 200-300 кілометрів, щоб дістатися до суду, канцелярія в суді працює на прийом позовних заяв 2 рази на тиждень, особа не може зрозуміти жодного слова з ухвали судді і у неї немає грошей на компетентного представника чи на сплату судових витрат, в суді немає столу, на якому можна скласти клопотання, виникає питання – чи забезпечено їй доступ до правосуддя на належному рівні? Чи буде людина впевнена, що збережена її основна цінність – справа буде вирішена справедливо? Чи буде вона поважати суд?

Красномовно про доступність до правосуддя сказав Європейський суд з прав людини у справі *Bellet v. France*. Суд зазначив, що „*стаття 6 § 1 Конвенції містить гарантії справедливого судочинства, одним з аспектів яких є доступ до суду. Рівень доступу, наданий національним законодавством, має бути достатнім для забезпечення права особи на суд з огляду на принцип верховенства права в демократичному суспільстві. Для того, щоб доступ був ефективним, особа повинна мати чітку практичну можливість оскаржити дії, які становлять втручання у її права*”.

Незалежність і безсторонність суду

Очевидно, що незалежність і безсторонність суду є чи не головним фактором справедливості судового розгляду. Навіть якщо з фізичною і процесуальною доступністю суду немає проблем, якщо вашу справу розглядає упереджений склад суду, справедливості годі й чекати.

Відповідно до усталеної практики Європейського суду наявність безсторонності повинна визначатися за суб'єктивним та об'єктивним критеріями. У справі „*Pullar v. United Kingdom*” Суд розтлумачив ці критерії. «*По-перше, потрібно встановити, що суд був*

суб`єктивно безсторонній, тобто жоден із його членів відкрито не проявляє упередженість та особисту зацікавленість. Особиста безсторонність презюмується доти, доки не буде доведено інше. По-друге, суд повинен бути об`єктивно безсторонній, тобто передбачається існування достатніх гарантій, щоб виключити будь-які сумніви щодо цього".

Цікава ілюстрація важливості безсторонності суду у справі Європейського суду «Білуха проти України». Заявниця скаржилася на небезсторонність суду у вирішенні її справи, оскільки відповідач по справі безкоштовно встановив на вікнах в суді ґрати і передав в користування суду комп'ютер. Суд підтвердив побоювання пані Білухи щодо небезсторонності голови суду зазначивши, що вони були об`єктивно виправданими.

Об`єктивний критерій безсторонності суду був сформульований ще в 1924 році головою Верховного суду Великобританії Лордом Хьюартом. Розглянувши скаргу на небезсторонність суду першої інстанції, в якому помічник (!) судді у відставці був членом юридичної фірми, яка вела цивільну справу проти пана Маккарті, в той час як цей суддя разом з колегами визнав Маккарті винним у скоєнні злочину, Лорд Хьюарт дійшов висновку, що навіть враховуючи той факт, що за словами суддів вони не консультувалися зі своїм помічником при прийнятті рішення, зі сторони виглядало так, що помічник судді міг вплинути на прийняття рішення, тому суд не можна вважати безстороннім. Тобто в цьому випадку не мало значення що відбувалося насправді, а було важливим те, як це виглядало для стороннього глядача. Лорд Хьюарт сказав, що **«це не просто важливо, а надзвичайно важливо, щоб правосуддя не лише здійснювалося, але й явно та безумовно виглядало так, що воно здійснюється»**. Пізніше цю концепцію з англійського права запозичив і Європейський суд з прав людини, який у справах "Де Куббер проти Бельгії" (26 жовтня 1984 року, п. 26), «Кастілло Альгар проти Іспанії" (8 жовтня 1998 року, п. 45) зазначив, що **«Важливим питанням є довіра, яку суди повинні вселяти в громадськість, в тому числі й в обвинувачених, у демократичному суспільстві»**.

Таким чином суд не лише може, але й зобов'язаний «вселяти довіру» щодо своєї незалежності і безсторонності.

Розумні строки розгляду справи

Затягування у здійсненні правосуддя – відмова у правосудді (Justice delayed is justice denied). Цей принцип бере свій початок з Великої хартії вольностей 1215 року, яка проголошувала заборону на відкладення здійснення правосуддя.

Статтею 6 Конвенції гарантується право на розгляд справи судом у "розумні строки". У своїй практиці Суд підходить до цієї проблеми дуже індивідуально. Разом із тим, були встановлені певні критерії, в світлі яких слід оцінювати тривалість провадження. Це: складність справи; поведінка заявника; дії відповідних органів. Строки судового розгляду аналізувались судом у справі "Странніков проти України". Суд дійшов висновку, що тривалість оскаржуваного процесу була надмірною та не відповідала вимозі „розумності строку".

У вказаній справі заявник звернувся до суду з позовом про визнання його засновником підприємства-відповідача та відшкодування моральної шкоди. Судовий процес у справі

було розпочато у травні 1995 року. Оскаржуваний процес закінчився 26 січня 2004 року, коли заявнику була виплачена заборгованість. Таким чином, провадження тривало близько 8 років та 8 місяців для 4 інстанцій (включаючи інстанції виконання), тобто близько 6 років та 4 місяців після визнання Україною права особи на подання індивідуальної заяви до Суду. Після розгляду усіх документів, які були йому надані, Суд дійшов висновку, що у справі загальна тривалість оскаржуваного процесу є надмірною та не відповідає вимозі „розумності строку“

Справа „*Науменко проти України*“ також розглядалась Судом на предмет „розумності строку“ судового розгляду скарг заявниці, що стосувались отримання нею соціальних пільг та пенсії як ліквідатора наслідків аварії на ЧАЕС.

Суд, оцінюючи тривалість провадження у справі заявниці в світлі встановлених своєю практикою критеріїв, дійшов висновку, що поведінка заявниці протягом розгляду справи була належною. Також Суд зазначив, що провадження щодо отримання компенсації було наслідком зменшення розміру пенсії заявниці та позбавлення її пільг, наданих їй як ліквідатору наслідків аварії на Чорнобильській АЕС. В світлі цих обставин та враховуючи складне фінансове становище заявниці та стан її здоров'я, розгляд справи мав для неї безсумнівно важливе значення. Суд наголосив на тому, що для заявниці було життєвою необхідністю вимагати скорішого вирішення її скарг.

Враховуючи тривалість провадження після 11 вересня 1997 року (5 років, 8 місяців і 1 день), Суд дійшов висновку, що при вирішенні справи заявниці мала місце необґрунтована затримка і у цій справі мало місце порушення статті 6 § 1 Конвенції у тому сенсі, що "цивільні права" заявниці були визначені з порушенням "розумного строку".

Публічність судового розгляду

Публічний процес є невід'ємною гарантією дотримання прав людини при здійсненні судочинства. Як наголошує у своїй практиці Європейський суд, публічний характер судового розгляду захищає заявників від таємного, не підконтрольного суспільству правосуддя. Це також один зі способів покращення довіри до діяльності судових органів. Роблячи процес здійснення судочинства прозорим, публічність сприяє досягненню цілей п. 1 ст. 6 Конвенції, а саме забезпеченню справедливого судового розгляду (справа «*Асхен проти ФРН*»).

Відкритість судових засідань може обмежуватися, проте таке обмеження слід відрізнити від його порушення. Як зазначається в Конвенції, публічний розгляд може обмежуватися в інтересах моралі, громадського порядку чи національної безпеки в демократичному суспільстві, якщо того вимагають інтереси неповнолітніх або захист приватного життя сторін, або – тією мірою, що визнана судом суворо необхідною, – коли за особливих обставин публічність розгляду може зашкодити інтересам правосуддя.

Судове рішення проголошується публічно, але преса і публіка можуть бути не допущені в зал засідань протягом усього судового розгляду або його частини в інтересах моралі, громадського порядку чи національної безпеки в демократичному суспільстві, якщо того вимагають інтереси неповнолітніх або захист приватного життя сторін, або – тією мірою,

що визнана судом суворо необхідною, – коли за особливих обставин публічність розгляду може зашкодити інтересам правосуддя.

Виконання судових рішень

Виконання будь-якого судового рішення є невід’ємною стадією процесу правосуддя, а отже, має відповідати вимогам ст. 6 Конвенції. Як наголосив Європейський суд у рішенні, ухваленому 7 травня 2002 р. у справі *«Бурдов проти Росії»*, виправдання неможливості виконання судового рішення відсутністю фінансування є неприпустимим для держави.

Поза сумнівом, вирішення справи в суді без невиправданого і необґрунтованого зволікання є запорукою ефективного захисту особою своїх прав. Водночас судовий захист, як і діяльність суду, не може вважатися дієвим, якщо судові рішення не виконуються або виконуються неналежним чином і без контролю суду за їх виконанням, зазначено в Концепції.

Пункт 1 ст. 6 Конвенції гарантує кожному право на звернення до суду з позовом стосовно його прав та обов’язків цивільного характеру. У справі *«Горнсбі проти Греції»* Європейський суд зазначив, що виконання рішення, ухваленого будь-яким судом, має розцінюватись як складова частина судового розгляду.

У справі *«Вараниця проти України»* Європейський суд зазначив, що відсутність коштів у підприємства державної форми власності не може виправдати затримку виконання судового рішення.

Слід зауважити, що у справі *«Півень проти України»* Європейський суд констатував порушення ст. 6 Конвенції та зазначив, що невиконання судового рішення не може бути виправдане недоліками законодавства, які унеможливають його виконання. У цій справі Європейський суд дійшов висновку про відсутність у законодавстві України нормативної бази щодо завдань, покладених на органи виконавчої влади, і констатував порушення п. 1 ст. 6 Конвенції.

Невиконання рішення державного суду не може бути виправдане і відсутністю бюджетних видатків. У справі *«Шмалько проти України»* Європейський суд констатував, що орган державної влади не має права посилається на брак коштів, щоб виправдати невиконання судового рішення про виплату боргу.

Перелічені елементи є основними складовими права кожного на справедливий суд. Це стандарти, сповідуючи які суд може налагодити ефективну комунікацію з своїми цільовими аудиторіями, бо вони дають сприяють задоволенню основних потреб і цінностей громадян – безпеки і справедливості. Складові справедливого суду слід враховувати представникам судової системи у стратегічному плануванні і реалізації своєї комунікаційної діяльності. Є й інші специфічні потреби у цільових аудиторій суду. Наприклад, захищеність свідків, захист неповнолітніх, право громадян на отримання інформації про суспільно важливі справи тощо. Усвідомлення потреб і цінностей своїх цільових аудиторій судьями і працівниками суду є надзвичайно важливими для досягнення взаєморозуміння.

АНАЛІЗ ЦІЛЬОВИХ АУДИТОРІЙ СУДУ І STATUS QUO КОМУНІКАЦІЙ З НИМИ. МЕТОДИ ЗБОРУ І АНАЛІЗУ ІНФОРМАЦІЇ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначити цільові аудиторії суду і пріоритетні цільові аудиторії.
2. Проаналізувати сучасний стан комунікацій з ними.

Матеріал

Сторінка

- 1.

КОМУНІКАЦІЙНІ ЦІЛІ. КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначати комунікаційні цілі.
2. Формулювати ключові повідомлення суду по відношенню до кожної цільової аудиторії.

Матеріал

1. Визначення ключових повідомлень

Сторінка

Визначення ключових повідомлень (звернень)

Визначивши і зрозумівши цільові аудиторії суду, бажану від них реакцію на комунікаційну взаємодію, переходимо до формулювання ключових повідомлень, з якими суд буде до звертатися до своїх аудиторій. Кількість ключових повідомлень повинна відповідати кількості цільових аудиторій.

Найпоширенішим підходом до формулювання ключового повідомлення є модель AIDA (з англійської A – attention (привернути увагу); I – interest (втримати інтерес); D – desire (викликати бажання); A – action (спонукати до дії)). Ця модель не є догматичною, особливо для державних інституцій, але ж в загальних рисах дає уявлення про ознаки, якими має володіти ключове повідомлення.

За словами гуру маркетинга Філіпа Котлера, визначення повідомлення передбачає вирішення трьох проблем: що сказати (зміст повідомлення), як це сказати (структура повідомлення), як висловити зміст у вигляді символів (форма повідомлення).

Зміст повідомлення передбачає вибір мотиву або теми, яка викличе бажану зворотну реакцію. Котлер виділяє три типи мотивів – раціональні, емоційні, моральні.

Перші (раціональні) пов'язані з особистою вигодою аудиторії. Для суду це може бути звернення до вимірів якості функціонування суду – дотримання термінів судового розгляду, повнота і доступність інформації тощо.

Другі (емоційні) викликають негативне чи позитивне почуття, яке буде передумовою для здійснення певної дії чи утримання від неї. Часто використовуються мотиви страху, вини, сорому для того, щоб переконати аудиторію щось робити (наприклад, проходити профілактичні огляди) або не робити (палити, зловживати алкоголем і ліками тощо), а також позитивні емоційні мотиви – кохання, гордість, радість. Для суду використання емоційних мотивів у своїх ключових повідомленнях є досить сміливим, але, за умови правильного використання, надзвичайно ефективним кроком. Тільки спробуйте уявити кількість емоційних мотивів, пов'язаних з розглядом судом судових справ.

Треті (моральні) мотиви звертаються до відчуття справедливості, порядності аудиторії. Як раз ці мотиви використовуються у суспільних рухах (за безпечну екологію, за права дітей тощо). Вони ж можуть з легкістю використовуватися судом, зважаючи на його важливу суспільну роль.

Визначивши зміст повідомлення можна переходити до його структури. Є три питання щодо структури: по-перше, чи зробити висновок у повідомленні, чи надати можливість аудиторії зробити його самостійно; по-друге, чи висловити лише аргументацію «за», чи надати доводи обох сторін; по-третє, коли надавати найбільш дієві аргументи – на початку чи в кінці повідомлення.

Форма повідомлення передбачає його якісне «пакування». Це і кольорові рішення, і використання різних форм, формулювань, вербальні та невербальні ознаки тощо.

Передавач повідомлення

Окрім каналів комунікації (медіа), вирізняють безпосереднє джерело, яке доносить повідомлення до цільової аудиторії – передавача. Вплив повідомлення на аудиторію багато в чому залежить від сприйняття аудиторією безпосереднього передавача. Іншими словами, канал (медіа) відповідає на питання «яким чином (через що) донести повідомлення», а передавач на питання «хто безпосередньо має його повідомити».

Наприклад, особи, які відбувають покарання в місцях позбавлення волі радше довірятимуть колишнім ув'язненим, ніж представникам правоохоронних органів; високо посадовці краще сприйматимуть голову суду, ніж секретаря, а представникам ІТ-компаній краще спілкуватися з технічним спеціалістом, ніж з керівником апарату.

На думку фахівців, основними факторами, які впливають на довіру до передавача, є професійність, добросовісність та привабливість. Під професійністю розуміється необхідний рівень компетентності передавача у тій сфері, щодо якої він передає повідомлення. Добросовісність – це сприйняття об'єктивності і чесності передавача аудиторією. Знайомим, наприклад, довіряють більше, ніж незнайомим. Під привабливістю розуміють загальне враження, яке передавач справляє на аудиторію. Це не обов'язково має бути фізіологічна привабливість, але й відвертість, почуття гумору, вміння створити комфортну атмосфери для аудиторії.

РОЗДІЛ VII

КОМУНІКАЦІЙНІ КАНАЛИ: ВЛАСНІ, ОПЛАЧЕНІ ТА ЗАРОБЛЕНІ МЕДІА

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначити комунікаційні канали, які доречно використовувати у спілкуванні з кожною цільовою аудиторією.

Матеріал

1. Комунікаційні канали

Сторінка

Аналіз цільової аудиторії дає відповідь, зокрема, на важливе питання – яким чином найбільш ефективно передати їй ключове повідомлення, як вибрати правильні канали комунікації. Канали комунікації (медіа) – це будь-який формат, через який передається інформація.

Для цільової аудиторії головне – довіра до того чи іншого каналу комунікації. Не секрет, що дехто більше довіряє сусідам у дворі, ніж інформації, яка подається по телебаченню, а хтось довіряє газетам, онлайн ресурсам тощо. Розуміння того, звідки цільова аудиторія отримує інформацію тієї чи іншої тематики, як вона ставиться до тих чи інших медіа, дасть в подальшому можливість визначити найбільш ефективні канали для донесення до неї ключового повідомлення суду.

Так, наприклад, за результатами загальнонаціональних опитувань, які проводилися Фондом «Демократичні ініціативи» та Київським міжнародним інститутом соціології у 2007 та 2009 рр. стало відомо, що більшість українців отримують інформацію про суди з телевізійних програм, на другому місці – преса, на третьому – родичі, сусіди, друзі як передавачі інформації і лише на передостанньому самі суди у якості джерел інформації.

До речі, слід підкреслити важливість планування масштабних опитувань населення, зокрема, гіпотез щодо всіх можливих варіантів відповідей. Через те, що у 2007 році у опитування не було включено варіант відповіді «інтернет джерела», в ньому не було сенсу для аналізу досягнення намічених цілей у 2009, хоча на сьогодні інтернет медіа стали вагомим комунікаційним каналом.



Зручним для планування комунікаційної діяльності є поділ медіа на власні, оплачені та зароблені.

Власні медіа – канали комунікації, які належать інституції.

Основна перевага цих каналів – повний контроль над ними і як наслідок оперативне розповсюдження інформації, можливість редагування, внесення змін тощо. Головний недолік власних медіа – як правило низький рівень довіри до них цільової аудиторії, яка розуміє, що інформація подається інституцією через свій канал і може бути упередженою.

Веб-сайт суду

Важливим власним медіа каналом є веб-сайт суду. Аудиторія користувачів інтернету в Україні сягає 10 мільйонів і збільшується на 1,5 млн. користувачів на рік, для багатьох професійних юристів легше отримати інформацію з веб-сайту суду, ніж іншими способами.



Але не слід ототожнювати інтернет з веб-сайтом суду. Інтернет – це особливий простір, в якому є безліч каналів комунікації, одним з яких є веб-сайт суду.

Блоги, сторінки суду у соціальних мережах і тематичні форуми

Скептики можуть сказати, що це занадто прогресивні медіа-канали для українських судів, де подекуди немає інтернету. І помиляться, оскільки нові медіа можуть стати для судів найдешевшими, найшвидшими і у більшості випадків найефективнішими каналами комунікації. А інтернету як раз немає, бо відсутня потреба в ньому.

Блог – це веб-сайт, який ведеться (текстовою, фото, відео інформацією) за принципом щоденника: постійно оновлюється і є легким в управлінні. Спочатку блоги були особистими онлайн-щоденниками для повідомлення якихось цікавих фактів, особистих роздумів, розповсюдження фотографій. Основними перевагами блогів були: просте управління веб-сайтом, безкоштовність, можливість миттєво розповсюдити інформацію. Популярність блогів росла з підвищенням їх соціальної ролі. Одним з таких прикладів є блог мешканця Нового Орлеану, який розповсюджував деталі трагічних подій, пов'язаних з ураганом «Катріна». На кінець 2010 року за даними експертів в Україні було 700 тисяч блогів, з яких 120 тисяч – активні (містили принаймні 5 записів і оновлювалися не рідше 1 разу на 3 місяці).

Багатьом інтернет-користувачам відомі російсько- і україномовні блоги артистів, політиків: Михайла Задорнова (<http://mzadornov.livejournal.com/>), Юлії Тимошенко (<http://blog.tymoshenko.ua/>), Михайла Бродського (<http://mihailobrodskiy.livejournal.com/>), Дмитра Медведєва <http://blog.kremlin.ru/> тощо.

З часом з'явилися корпоративні блоги, які почали вести компанії, громадські організації, державні інституції з метою донести своє повідомлення до цільових аудиторій і швидко отримати зворотній зв'язок. Однак для багатьох інституцій, які звикли спілкуватися «сухими» прес-релізами, блоги так і залишилися неефективним каналом спілкування, оскільки блоги передбачають певну неформальність і персоналізоване спілкування.

За технічними характеристиками блоги розділяють на розташовані на блог-платформах (наприклад, Liveinternet, Livejournal, twitter) та stand-alone блогами (окремий хостинг та власна система управління контентом). Якщо для stand-alone блогів потрібно придбати доменне ім'я та хостинг, встановити програмне забезпечення, вибрати безкоштовний дизайн (активний користувач комп'ютера може зробити це протягом дня), то для відкриття блогу на блог-платформі вистачить й 15 хвилин.

Сторінки у соціальних мережах

Соціальна мережа – це онлайн-сервіс (простіше - веб-сайт), який надає можливість користувачам створювати свою сторінку (анкету, профайл), публікувати на ній інформацію, шукати інших зареєстрованих в соціальній мережі користувачів, обмінюватися інформацією з ними.

Існують універсальні і спеціалізовані соціальні мережі. При цьому і в перших, і в других можливо створювати групи по інтересам. Основними користувачами соціальних мереж є фізичні особи, однак з їх бурхливим розвитком в соціальних мережах з'явилися сторінки компаній та організацій.

Основними перевагами соціальних мереж є: безкоштовність, простота у користуванні, можливість швидко розповсюдити порібну інформацію широкому колу осіб та отримати зворотній зв'язок. Найпопулярнішими в СНД соціальними мережами є «Facebook», «Вконтакте», «Однокласники», є й спеціалізовані соціальні мережі, наприклад, юристів: <http://zakon.ru/>, <http://s-quo.com/>.

Основне, що потрібно запам'ятати про соціальні мережі – вони складаються з індивідів. Тому для ефективної комунікації в соціальних мережах вам потрібно буде знайти ключ до них – зацікавити їх певною інформацією, яку ви продукуєте та/або розповсюджуєте.

Перед тим, як планувати створення блогу або своїх «представництв» у соціальних мережах, слід врахувати наступне:

- 1) чи керівництво суду дійсно готове відкрити завісу між судом, суддями, працівниками апарату і найбільш активними представниками суспільства, які користуються інтернетом. Ефективна комунікація вийде лише тоді, коли суд дасть щось більше, ніж інформація з офіційного прес-релізу. Не обов'язково ця інформація має бути «гарячими новинами», контент-стратегія цих медіа-каналів може передбачати публікацію інформації про хобі суддів і працівників суду (поезія, живопис, фотографія тощо), посилання на цікаві матеріали інших інституцій, які можуть стати у нагоді громадянам, фото з спортивних змагань, корпоративних подорожей, аналіз досліджень суспільної думки тощо.
- 2) представництва у соціальних мережах вимагатимуть існування щонайменше одного спеціаліста, який професійно займається комунікаціями в суді. Раз на тиждень цим займатися неможливо.
- 3) чи готове керівництво суду сприймати критику від громадян (іноді анонімних користувачів). Незважаючи на можливість модерування коментарів, вислуховувати прийдеться багато. При цьому видалення критичних (але написаних в рамках морально-етичних норм) коментарів в інтернеті є неприпустимим.

- 4) зважайте на аудиторію. Перед тим як приймати рішення про створення власного блогу/представництва у соціальній мережі, проаналізуйте, аудиторія якого сервісу співпадає з вашою цільовою аудиторією.
- 5) при всіх цих пересторогах створення і розвиток блогу або представництва у соціальній мережі – це можливість швидко і недорого налагодити ефективну двосторонню комунікацію з цільовою аудиторією. Якщо ж створювати власний блог вашому суду ще зарано, використовуйте ці сервіси для блогів та сторінок у соціальних мережах тематичних кампаній (проектів), які ви сплануєте (спрямованих на дітей, матерів тощо).

Тематичні форуми

Форум – це онлайн-сервіс, який дозволяє користувачам обмінюватися інформацією з чітко визначеної тематики. Користувач може створити окрему тему для обговорення або приєднатися до існуючої дискусії.

Найбільш ефективним видається використання форумів для комунікації у рамках тематичних проектів суду для окремих цільових аудиторій. В інтернеті дуже активні, наприклад, жіночі форуми, форуми автомобілістів, програмістів, юристів, бухгалтерів.

Інформаційний стенд суду

Інформаційний стенд – надзвичайно простий і водночас дієвий канал комунікації для інституцій з великою кількістю відвідувачів. Інформаційний стенд може містити як прості оголошення, надруковані на звичайному принтері, так і різного формату буклети, брошури, призначені для цільових аудиторій суду – дітей, матерів, пенсіонерів, наркозалежних, представників правоохоронних органів тощо.



Телефонна комунікація

Як не дивно, суди ще й досі отримують сотні телефонних запитів від громадян щодня. За результатами дослідження телефонних комунікацій, проведеного Проектом USAID «Україна: верховенство права», середня кількість телефонних звернень в один суд щодня складала 142 телефонних дзвінка і 151 запит.



Запити по конкретних судових справах

Найбільш поширеною категорією телефонних звернень, які доводилося обробляти працівникам досліджуваних судів протягом тижня, були запити щодо конкретних судових справ. Вони склали більше **56%** усіх запитів, які абоненти подавали в телефонному режимі.

В рамках цієї категорії найбільш поширеними були запити про **статус та дату і час слухання справи** (кожне питання – по **28%** від загальної кількості запитів в категорії). Наступними за популярністю були запити про отримання матеріалів справи (**20%**) та ПІБ судді, який розглядає справу (**16%**). В **5%** запитів категорії повідомлялося про неможливість прибути на засідання, а в **3%** випадків абоненти питали про те, що потрібно мати з собою для участі в судовому засіданні.

Запити щодо загальної інформації

Майже **30%** усіх запитів, які поступали на телефони досліджуваних судів протягом тижня, складали запити щодо загальної інформації про суд.

Серед них у **26%** запитів абонентів звучало питання про телефон секретаря судді, у **20%** - телефон канцелярії, **15%** запитів в категорії стосувалися отримання інформації щодо сплати державного мита; **13%** - режиму роботи суду; **12%** - телефону судді і ще в **14%** запитів категорії звучало прохання прояснити адресу суду і як до нього дістатися.

Працівники суду, які заповнювали анкети, мали можливість зазначити інші види запитів, які не входили в перші дві категорії, але мали місце під час проведення дослідження. Всього таких запитів було **10,1%** від усіх запитів.

Інформаційний кіоск

Це невеличкий пристрій, який може бути вбудований в стіл або ж ззовні нагадувати банкомат. За допомогою кнопок управління відвідувач суду може швидко дізнатися статус своєї справи, відправити необхідні документи на email та отримати іншу інформацію.



Комунікаційні заходи

Основною метою таких заходів є донесення певного повідомлення до цільової аудиторії. Для цього інституції організують заходи для журналістів (прес-конференції, прес-брифінги, прес-ланчі, прес-тури), круглі столи, конференції, семінари, презентації, церемонії урочистого відкриття, святкування, навчальні семінари для школярів тощо.

Заходи зазвичай завчасно плануються і мають певний сценарій. Перевагами проведення комунікаційних заходів є виключна увага аудиторії протягом певного часу на об'єкті, який буде їй запропонований самим судом, можливість використання аудіовізуальних матеріалів і неформального спілкування після заходів. Недоліками – обмеження в частоті проведення, іноді значні витрати на організацію.

Атмосфера

Спеціальна атмосфера як канал комунікації – це свідомо створена атмосфера, яка сама по собі покликана донести до цільової аудиторії певні ключові повідомлення. Атмосфера – це комплекс факторів від кольору стін, матеріалів, якими оздоблені приміщення, перших слів охоронця до зовнішнього вигляду персоналу, автомобілів, які стоять на парковці суду і моделей мобільних телефонів суддів. Наприклад, для того, щоб комунікувати брак коштів на функціонування суду, не варто організовувати прес-конференцію з цього питання у інформаційному агентстві. Запросіть журналістів до одного з найбільш «виразних» приміщень суду, в якому вони швидко відчують нестачу фінансування навіть без додаткових слів.

Для того, щоб краще зрозуміти що таке атмосфера, згадайте, як ви себе відчуваєте в гарному магазині подарунків. Чарівно? Або в приймальні високопосадовця. Відчули? При цьому атмосфера може зовсім протилежно діяти на різні цільові аудиторії. Отже головне завдання комунікаційної стратегії суду – спланувати створення такої атмосфери, в якій би цільові аудиторії суду відчували те, що хоче їм цей суд сказати. Подумайте, якою повинна бути атмосфера для повідомлень «Ми – прогресивний суд», «Суд – це установа, яка захищає права громадян», «Суд дружній до громадян».

Окрім перелічених, до власних каналів комунікації можна віднести сторінки інституції у соціальних мережах, власні газети та всі інші медіа, якими володіє суд.

Оплачені медіа

Під оплаченими каналами комунікації розуміють медіа, яким інституція оплатила передачу певного повідомлення.

Яскравим прикладом оплаченого медіа є рекламний ролик на телебаченні, радіо, рекламна стаття чи банер в пресі або на інтернет-сайті. Перевагами оплачених медіа є миттєвість у передачі інформації, масовість, гарантії та контроль. Недоліки – висока вартість і низька довіра аудиторії. Слід відрізнити оплачені медіа від наступного виду – зароблених медіа.

Зароблені медіа

Під заробленими медіа розуміють канали комунікації, які використовуються цільовими аудиторіями для розповсюдження необхідних інституції повідомлень. Зароблені медіа починають працювати тоді, коли унікальність інституції (певних її кроків) спонукає їх абсолютно безкоштовно обмінюватися інформацією власними медіа каналами.

Зароблені медіа є дуже ефективними, оскільки викликають найбільше довіри у цільової аудиторії. Чутки, власний досвід, досвід колег, батьків, друзів – це те, чому люди дійсно довіряють. При чому не так важливо якими каналами люди передають певні повідомлення один одному – на лавці біля будинку, на роботі, на форумі чи у соціальній мережі. Для певних аудиторій, наприклад, осіб похилого віку, зароблені медіа є чи не головним комунікаційним каналом.

Під заробленими медіа також слід розуміти засоби масової комунікації (ЗМІ, популярні інтернет-ресурси тощо), редакторів чи власників яких ви зацікавили своїм повідомленням. Те, наскільки вони правильно передадуть це повідомлення залежить вже від ваших навичок співпраці з ними.

Водночас очевидними недоліками зароблених медіа є відсутність будь-яких гарантій і не контрольованість.

На цьому етапі потрібно визначити які канали для якої з Ваших аудиторій є найбільш прийнятними, як вона ставиться до тих чи інших медіа, які існують особливості їх використання.

**ЗМІ ЯК ПОСЕРЕДНИК МІЖ СУДОМ І ЙОГО ЦІЛЬОВИМИ АУДИТОРІЯМИ.
МЕДІА КАРТА**

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначити роль ЗМІ у комунікації з цільовими аудиторіями суду.
2. Розробити власну медіа карту ЗМІ.

Матеріал

1. Як працювати з базами даних ЗМІ

Сторінка

Як працювати з базами даних ЗМІ

Якщо у вас іще немає переліку місцевих засобів масової інформації, серед яких ви поширюєте матеріали для преси, створення такого переліку значно спростить цей процес. Ведення переліку діючих ЗМІ також допоможе вам розвивати стосунки з репортерами, які пишуть статті з теми домашнього насильства.

Створення вашого переліку

Ви можете створити перелік ЗМІ, доповнивши список уже відомих вам репортерів, продюсерів і редакторів, новими прізвищами та присвятивши день-два телефонним дзвінкам цим спеціалістам, щоб переконатися в повноті вашого списку. Ваш перелік ЗМІ повинен включати:

Ефір (телебачення, кабельне телебачення, радіо)

- Продюсерів ток-шоу або програм або передач, присвячених громадським подіям, букерів (гостей програми) та ведучих
- Випускових редакторів теленовин, репортерів та продюсерів
- Директорів передач радіоновин, випускових редакторів, репортерів і директорів громадських служб

Друковані ЗМІ (газети, журнали та послуги кабельного зв'язку)

- Директори компаній, що надають послуги кабельного зв'язку, випускові редактори та репортери
- Редактори редакційних газетних статей, редактори матеріалів, що публікуються навпроти колонки редактора (тільки найбільших газет), редактори газет національного рівня, редактори міських газет, статей, присвячених метеорологічним прогнозам, охороні здоров'я та репортери, журналісти колонок, які описують проблеми жінок, редактори рубрики хроніки подій та будь-які репортери, що писали статті на тему домашнього насильства в минулому
- Редактори та репортери місцевих журналів
- Головні редактори регіональних видань, видань, що випускаються етнічними групами, іншомовними меншинами, групами альтернативного напрямку, гомосексуальної орієнтації та видань для людей похилого віку

Інтернет (веб-сайти та електронні газети)

- Редактори змісту веб-сайтів або адміністратори та репортери веб-сайтів
- Редактори, репортери та видавці бюлетенів

Внесення змін до переліку

Репортери, редактори та продюсери часто міняють місце роботи та тематику. Вам слід оновлювати ваш перелік ЗМІ принаймні двічі на рік. Це можна зробити, виділивши день-два на телефонні дзвінки інформаційним агентствам, зазначеним у вашому переліку, та запитавши в них, чи репортери, що фігурують у вашому

переліку, все ще працюють у цих агентствах та над тією ж темою.

На додаток до телефонних дзвінків, ви можете оновити перелік електронних ЗМІ, затративши час на перегляд всесвітньої мережі. Приділіть більше уваги веб-сайтам, зміст яких присвячений домашньому насильству, охороні здоров'я або проблемам жінок – сайтам, що будуть цікавими вашій програмі. Часто потрібна вам для оновлення переліку контактна інформація включена до веб-сайту, або ви могли надіслати електронне повідомлення на сайт із запитом щодо такої інформації. Ви також повинні вносити зміни до вашого переліку, коли отримуєте нову інформацію від працівників ЗМІ під час телефонної розмови з ними або надаючи відповіді на запити репортерів, яких ще немає у вашому переліку. Краще мати довгий перелік ЗМІ, ніж такий, до якого не входять ключові особи.

Форми роботи зі ЗМІ

Під час внесення нових імен до вашого переліку засобів масової інформації, вам знадобиться форма, на якій ви записуватиме всю інформацію про репортерів, редакторів, продюсерів тощо, коли ви отримуватимете телефонні дзвінки та досліджуватиме нові інформаційні агентства. Наприкінці цього розділу розміщений зразок форми роботи зі ЗМІ, який ви можете пристосувати до своїх потреб.

Формат вашого переліку

Переліки ЗМІ найкраще зберігати в комп'ютерній базі даних або на великих картах з індексами, які містять: прізвище, ім'я, назву інформаційного агентства, адресу, номер телефону, факсу, адресу електронної пошти, посаду та діяльну роботи кожної особи. Ви також повинні мати місце для позначення останньої дати оновлення вашого переліку та внесення приміток про минулі контакти або бесіди.

Зразок картки з переліком ЗМІ

<i>Картка з переліком ЗМІ</i>
Прізвище, ім'я:
Назва інформаційного агентства:
Адреса:
Телефон:
Факс:
Електронна адреса:
Посада:
Ділянка роботи (тематика)

Зразок форми контактів ЗМІ

<i>Форма контактів ЗМІ</i>

Ім'я: _____ Прізвище _____
 Місце роботи: _____
 Адреса: _____
 Місто: _____ Штат: _____ Індекс: _____
 Робочий телефон: _____ Факс: _____
 E-mail: _____

Посада: *(Обведіть одну назву)*

головний редактор	редактор статей	видавничий редактор	директор відділу
журналіст колонки	PR-планувальник	редактор редакційної	директор рубрики
редактор	редактор	сторінки	новин
видавець	публіцистичних	продюсер	репортер
	сторінок	інше: _____	
	розробник веб-сайтів		

Тип ЗМІ: *(Обведіть одну назву)*

чейн	журнал	газета	бюлетень
веб	PR-захід	радіо новини	кабель
теленовини	телевізійне ток-шоу	радіо ток-шоу	
інше _____	_____		

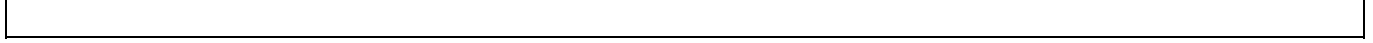
Тематика: *(Обведіть все, що стосується вас)*

жінки	здоров'я	домашнє насильство	Законодавство
погода	злочинність	інше _____	_____

Напрямок видання: *(Обведіть все, що стосується вас)*

латино-американський	національний	горінні американці	об'єднаний
афро-американський	газета регіону	гомосексуалісти	азійський
альтернативне видання		інше: _____	_____

Коментарі:



СВОБОДА ПРЕСИ ТА СПРАВЕДЛИВИЙ СУД: БАЛАНС ПРАВ У СВІТЛІ ПРАКТИКИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СУДУ З ПРАВ ЛЮДИНИ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

3. Визначити роль свободи преси в демократичному суспільстві відповідно до практики Європейського суду з прав людини та українського законодавства, а також важливість права на справедливий суд і те, яким чином знайти баланс між цими двома цінностями.

Матеріал

Сторінка

1. Вільна преса та справедливий суд: Перша поправка, Шоста поправка
2. Справа Сема Шеппарда
3. Доповідь про діяльність Комітету судів Вашингтона з питань співпраці суддів, адвокатів та преси
4. Прес-реліз: Спільна група з представників судової влади та медіа створена для підвищення обізнаності про суди
5. Посібник з питань взаємодії між суддями та ЗМІ
6. Захист джерел. Марія Місьо, директор Програми Правового Захисту та Освіти ЗМІ IREX U-Media
7. Резонансні судові процеси: Дотримання балансу між Першою та Шостою поправками до Конституції США

Вільна преса / справедливий суд: Перша та Шоста поправки

Поправка I

Конгрес не повинен видавати жодного закону щодо запровадження релігії, або заборони вільного її сповідання, або обмеження свободи слова, преси або права громадян мирно збиратися і звертатися до уряду з клопотаннями про задоволення скарг.

Поправка VI

В усіх кримінальних провадженнях звинувачений має право на швидкий і публічний розгляд його справи неупередженими присяжними того штату та округу, раніше встановленого законом, де було скоєно злочин; право бути поінформованим про суть та підстави для звинувачення; право на очну ставку зі свідками, що свідчать проти нього; право на примусовий виклик свідків зі свого боку і на допомогу адвоката для свого захисту.

Передруковано Національним центром судів та ЗМІ з дозволу Американського товариства редакторів газет

Значна частина рішень Верховного Суду, пов'язаних з тлумаченням Першої поправки, стосується конфлікту між правом звинуваченої особи на те, щоб її справу розглядало неупереджене журі, та правом преси інформувати громадськість про судовий процес. Однак попервах процес тлумачення зосереджувався на конфлікті між правом судів підтримувати судову дисципліну та правом громадян висловлювати коментарі щодо перебігу судового процесу.

До 1941 року при розгляді справ щодо неповаги до суду, вираженої в друкованих матеріалах, суди США зазвичай застосовували англійське право. Сер Джон Фокс (John Fox) у своїй „Історії неповаги до суду” („The History of Contempt of Court”) писав:

„Правила підтримання дисципліни, суттєві для здійснення правосуддя, породжуються самим законом, а „неповага до суду” („contemptus curiae”) залишається сталим терміном англійського права з дванадцятого століття до нинішнього часу”.

Нині чинний англійський закон про неповагу до суду започаткований у 1760-х роках справою *King v. Almon*. Тоді, визнавши книготорговця винним у неповазі до суду за межами судового засідання („constructive contempt”), що виявилось у публікації ним клевету, суддя не послався на жодне конкретне положення, а зазначив, що такі дисциплінарні провадження „застосовувалися з незапам'ятних часів”.

Втім, у період між 1765 та 1888 роками справи про неповагу до суду траплялися в Англії нечасто, аж поки не було прийнято Закон про клевету від 1888 року. Хоча цей закон і дозволяв газетам друкувати повідомлення про хід розгляду справ, однак від преси вимагалось давати лише „об'єктивні та точні” повідомлення. Якщо опублікований матеріал не ґрунтувався за доказах, то таке повідомлення не вважалось „об'єктивним та точним”. Згідно із законом, справа вважалась такою, що перебуває у розгляді, одразу після ухвалення рішення про прийняття її до виробництва, і з цього моменту газетні повідомлення підлягали зазначеному обмеженню.

Подальші судові ухвали сприяли набуттю цим законом більшої ваги. У рішенні в справі *Rex v.*

Davis вказувалося, що газети можуть повідомляти про події, які відбулись у відкритому судовому засіданні, однак будь-яка публікація зі свідомою метою втручання в здійснення правосуддя є протизаконною, причому доводити сам факт втручання не потрібно. А в рішенні у справі *Rex v. Editor of the Daily Mail* постановлялося, що неповага до суду може мати місце, з огляду на обставини справи, навіть і за відсутності наміру втручатися; це можливо тоді, коли публікація, „може, як видається, зашкодити об'єктивності судового процесу”.

У Сполучених Штатах суди мали майже необмежені повноваження стосовно рішень щодо неповаги аж до 1831 року, коли, після кількох випадків грубого зловживання цими повноваженнями, конгрес ухвалив акт, що надавав федеральним судам повноваження виносити рішення щодо покарання будь-кого зокрема за неналежну поведінку в залі суду або „настільки близько, що це перешкоджає здійсненню правосуддя”. У 1918 році закон від 1831 року втратив свою серцевину, коли Верховний Суд у рішенні в справі *Toledo Newspaper Co. v. United States* постановив, що „настільки близько” вказувало на „свідому схильність” замість мати суто географічне значення. Тлумачення, викладене у *Toledo*, залишалось чинним до 1941 року, коли його було скасовано рішенням у справі *Nye v. United States*, в якому суд підтримав географічну інтерпретацію слів „настільки близько”, тож на повноваження судді накладати дисциплінарне покарання за неповагу до суду за межами судового засідання знову було накладено обмеження відповідно до первісного задуму.

Застосування критерію „безпосередньої й очевидної загрози” щодо справ про неповагу

Пізніше того самого 1941 року суд ухвалив рішення у супутніх справах *Bridges v. California* та *Times Mirror Co. v. Superior Court*. Саме тоді було вказано на необхідність застосування критерію „безпосередньої й очевидної загрози” („clear and present danger”) у справах про вияв неповаги до суду в опублікованих матеріалах.

Критерій безпосередньої й очевидної загрози було вперше сформульовано членом Верховного Суду Олівером Венделлом Холмсом (Oliver Wendell Holmes) 1919 року в рішенні у справі *Schenck v. United States*. Чарльза Т. Шенка (Charles T. Schenck) було визнано винним у підбурюванні громадян шляхом поширення памфлетів до опору мобілізації на Першу світову війну. Суддя Холмс написав:

„Ми визнаємо, що в багатьох місцях і у звичайні часи відповідачі, говорячи все те, про що йдеться в розповсюджуваних матеріалах, не виходили б за межі своїх конституційних прав. Проте характер кожної дії залежить від обставин її вчинення... Найбільш строгі положення про захист свободи слова не захистять людину, що безпідставно почала кричати в театрі „Пожежа!” і цим викликала паніку. Вони навіть не захистять людину від заборони вимовляти слова, наслідки яких були б такими ж, як і наслідки дій... У кожному випадку постає питання про те, чи вжиті слова було вжито за таких обставин і чи вони мають такий характер, що при цьому виникає безпосередня й очевидна загроза спричинення суттєвих негативних наслідків, яким конгрес має право запобігати. Це питання про близькість та ступінь. Коли країна перебуває в стані війни, багато з того, що можна говорити у мирний час, настільки заважає її зусиллям, що такі висловлювання є неприпустимими, поки громадяни воюють, і що жоден суд не вважатиме їх захищеними будь-яким конституційним правом”.

Справа *Bridges* виникла після того, як профспілковий лідер Гаррі Бріджес (Harry Bridges)

надіслав відкриту телеграму міністрові праці, в якій назвав рішення, ухвалене певним суддею, обурливим і заявив, що його профспілка „не збирається дозволяти судам штатів скасовувати рішення, прийняте більшістю голосів членів, ... і відмінати волю Національної ради з трудових відносин”. Верховний Суд Каліфорнії постановив, що публікація телеграми була виявом „свідомої схильності” втручатися в належне здійснення правосуддя і що свобода висловлювань підпорядкована судовим нормам.

Верховний Суд Сполучених Штатів відмінив рішення суду Каліфорнії, постановивши:

„Тут, як і в справі *Нью*, нам не потрібно визначати, чи мав закон на меті чітко окреслити межі передбачених Конституцією максимальних повноважень стосовно накладання покарання в справах про неповагу до суду. Проте в цьому законі ми вбачаємо, з історичної точки зору, повагу до заборон, що містяться в Першій поправці, – не просто як до вказівок щодо формулювання політики, а як до наказів, порушення яких є неприпустимим.

В історії не знайти доказів на підтримку твердження, що критерії, застосовні згідно з Конституцією до інших видів висловлювань, не є застосовними у справах про неповагу до суду, виявлену в позасудових публікаціях щодо справи, яка перебуває у розгляді.

Слід визнати, що громадськість з набагато більшою ймовірністю зацікавиться суперечливою подією сьогодення, ніж узагальненням історика або вченого, хоч би яким глибоким воно було. Оскільки судові рішення, про які йде мова, ведуть до покарання за слова, сказані під час розгляду справи, їхні обмежувальні наслідки стосуються саме того часу, коли інтерес громадськості до обговорюваних питань має, з природних причин, бути найбільшим. Крім того заборона не тільки запроваджується в критичний момент, а ще й, скоріш за все, стосується найважливіших тем обговорення.

Проте ми не можемо почати з припущення, що публікації того роду, про які тут ідеться, справді загрожують змінити природу судових процесів і що задля збереження судової об’єктивності необхідно, щоб судді мали такі повноваження притягати до відповідальності за неповагу до суду, яка дозволить їм перекрити всі канали громадських висловлювань з приводу будь-яких питань, що стосуються справ, які перебувають у розгляді”.

У 1946 році Верховний Суд підтвердив своє рішення у справі *Bridges*, скасувавши вирок за неповагу до суду в справі *Pennekamp v. Florida* і визнавши факт порушення передбаченого Першою та Чотирнадцятою поправками права клопотальників на вільні висловлювання у пресі. То була справа про публікацію в „Майямі геральд” двох редакційних статей з критичними зауваженнями щодо здійснення правосуддя у кримінальних справах, які перебували у провадженні в окружному суді. Верховний Суд заявив:

„Отже, ми повинні зіставити вагу права на свободу слова, на яке посилаються скарги, з небезпекою примусу й залякування судів, спричиненою фактичними обставинами розглядуваної справи.

Вільне обговорення проблем суспільства є засадничим принципом американізму – принципом, який усі прагнуть зберегти. Обговорення, що відбувається після закінчення справи, може виявитися недостатнім, щоб підкреслити ту небезпеку для загального блага, яку можуть становити здогадно неправозгідні дії судді. Та з цього не випливає, що публічні коментарі будь-якого характеру щодо справ, які перебувають у розгляді, або судових проваджень можуть бути

такими ж вільними, як і подібні ж коментарі після повного закінчення судового процесу. Між цими двома крайнощами лежать сфери обговорення, які розважливий автор оцінить з точки зору того, наскільки створення безпосередньої й очевидної загрози для об'єктивного і належного здійснення правосуддя вплине як на нього самого, так і на громадськість. Суди повинні мати повноваження захищати інтереси ув'язнених та сторін, що беруть участь у судових процесах, від негідних спроб добитися необ'єктивного судового рішення. У пограничних випадках, коли важко визначити, яка сторона винна у згодом вчиненому правопорушенні, ми вважаємо, що конкретна свобода публічного коментування суттєво переважає можливу тенденцію впливати на вирішення справ, які перебувають у розгляді. Свобода обговорення повинна мати якнайширший діапазон, що узгоджується з неодмінною вимогою об'єктивного і належного здійснення правосуддя.

Що означає безпосередня й очевидна загроза об'єктивному здійсненню правосуддя? Відповіді не знайти в жодному визначенні. Звичайно, дана критика схильностей або дій суддів під час розгляду ними цих справ за відсутності присяжних не могла прямим чином вплинути на здійснення правосуддя. Ця критика їхніх дій не могла вплинути на їхню здатність прийняти рішення у даних справах. Тут ідеться лише про критику дій судді, які вже сталися, хоча все ще тривав розгляд інших аспектів справ або могло відбутися їх повторне слухання. У випадку такої шкоди, – коли твердження можна прирівняти до дифамації, – суддя може вимагати компенсацію за наклеп, як і інші державні службовці.

Як ми зазначили, нам слід зіставити вплив слів із захистом, відповідно до принципів Першої поправки, викладених у Чотирнадцятій поправці, публічного коментування судових справ, що перебувають у розгляді. Ми робимо висновок, що, як показують матеріали даної справи, загроза об'єктивному здійсненню правосуддя не характеризувалася безпосередністю й очевидністю, необхідними для того, щоб зачинити двері перед допустимими публічними коментарями. Коли ці двері зачинені, виявляються закритими і всі ті двері, що позаду них”.

І ще раз, наступного року, Верховний Суд підтвердив, у рішенні в справі *Craig v. Harney*, принципи, викладені у *Bridges*. Цього разу видавець та деякі співробітники газети з міста Корпус Крісті, штат Техас, були визнані винними в неповазі до суду за публікацію редакційних статей та новин, в яких висловлювалася критика з приводу того, як один суддя вів розгляд справи. Газета назвала дії судді „свавільними” і „пародією на правосуддя”. Верховний Суд провів тест на наявність безпосередньої й очевидної загрози, цитований за рішенням у справі *Pennekamp*, і постановив:

„Історія повноважень щодо покарання за неповагу до суду ... і однозначний припис Першої поправки постійно нагадують про те, що реалізація цих повноважень не повинна завдавати шкоди свободі слова та преси, за винятком випадків, коли немає сумніву, що висловлювання, про які йдеться, становлять серйозну та реальну загрозу здійсненню правосуддя.

У цьому розумінні статті з викладом новин були за будь-яких стандартів необ'єктивним повідомленням про те, що відбувалося. Однак неточності в повідомленнях зустрічаються скрізь і повсюди. Звичайно ж, репортера не можна кинути до в'язниці за неповагу до суду, якщо він не помітив суттєвого моменту в судовому процесі або не зміг підсумувати питання таким чином, щоб результат узгоджувався з поглядами судді, який слухав справу.

У даному випадку маємо різкі, невважені слова і, як нам видається, несправедливу критику.

Проте суддя не може притягти до відповідальності за неповагу того, „хто осмілився опублікувати будь-що з метою позбавити його популярності або принизити його...” Нестриманість ужитих слів не є єдиним мірилом для застосування повноважень щодо покарання за неповагу до суду. Запалене ними полум'я повинне становити реальну, а не просто можливу загрозу здійсненню правосуддя. Ця загроза не повинна бути віддаленою або навіть імовірною; вона повинна становити безпосередню небезпеку”.

З часу, що пройшов після прийняття рішення у справі *Bridges*, Верховний Суд жодного разу не виявив, що загроза здійсненню правосуддя, про яку йшлося в будь-яких розглянутих ним справах, була достатньо „безпосередньою і очевидною” для того, щоб стати підставою для покарання. У своїй незгідній думці у справі *Craig v. Harvey* суддя Франкфуртер (Frankfurter) визнав таке:

„Надалі штати не можуть відкривати дисциплінарне провадження у зв'язку з прямими спробами вплинути на вирішення спору, що розглядається, за винятком випадків, коли неправозгідна поведінка створює фізичні перешкоди слуханню справи в суді або відбувається в безпосередній близькості до нього”.

Висловлювалася думка, згідно з якою, можливо, і не існує безпосередньої й очевидної загрози правосуддю тоді, коли особа, на яку буцімто впливає публікація, є суддею, чий загартований характер дає йому змогу не зважати на спроби громадян вплинути на нього, однак ситуація може бути зовсім іншою, коли рішення у справі має винести журі.

Саме така ситуація виникла 1950 року, коли розглядалася справа *Baltimore Radio Show v. Maryland*. Три балтиморських радіостанції передали інформацію про попередні судимості підозрюваного і про його зізнання. Звинувачений відмовився від права на розгляд своєї справи судом присяжних на тій підставі, що неупереджене журі було неможливо знайти. Суд нижчої інстанції визнав станції винними в неповазі до суду, оскільки передачі зашкодили об'єктивності суду. Апеляційний суд штату Меріленд скасував цю ухвалу, мотивуючи своє рішення, відповідно до позиції Верховного Суду, відсутністю безпосередньої й очевидної загрози правосуддю. Після цього в штаті Меріленд вже не можна було посилатися на відмінність між судом за участю та без участі присяжних. Пізніше Верховний Суд відхилив клопотання про розгляд питання щодо об'єктивності зазначеного судового процесу, проте заявив при цьому, що його відмова не означає схвалення прийнятого на процесі рішення.

Вільна преса / справедливий суд: Шоста поправка

Згідно з Шостою поправкою до Конституції Сполучених Штатів, а також кожною з конституцій окремих штатів, право підсудного на розгляд кримінальної справи проти нього неупередженими присяжними гарантовано прямо або імпліцитно. Конституції 39 штатів містять гарантію розгляду справи неупередженими присяжними, подібну до тієї, що передбачена федеральною Конституцією, тоді як в інших 11 штатах така гарантія висновується з права на розгляд справи присяжними. Крім того розгляд справи неупередженими присяжними гарантований у штатах положенням про належний судовий процес, передбаченим Чотирнадцятою поправкою. Щодо права на „швидкий і публічний розгляд справи неупередженими присяжними” Верховний Суд у 1866 році заявив таке:

„Якщо ідеї можна висловлювати словами, а фрази мають якесь значення, то це право – одне з найцінніших у вільній країні – забезпечено кожному звинуваченому у злочині, хто не перебуває на дійсній службі в армії, військово-морському флоті або міліції”.

Важке завдання при забезпеченні цього права – визначити, чи є присяжні безсторонніми. Часто член журі має підсвідому упередженість, яку, попри всю серйозність своїх намірів, він не здатен перебороти. Впродовж багатьох років Верховний Суд закладав орієнтири, що надають суддям великий простір для дій на власний розсуд при вирішенні цієї проблеми.

Інформаційне висвітлення злочинів та судових процесів може призвести до необ’єктивності або упередженості присяжних. Репортажі про злочин, арешти або докази, долучені судом до справи, зазвичай не становлять проблеми. Дві найчастіше згадувані проблемні області судової діяльності – це публікації про зізнання та про попередні судимості, коли така інформація неприйнятна як доказ. 1907 року в рішенні у справі *Patterson v. Colorado* Верховний суд постановив:

„Згідно з теорією нашої системи, висновки, яких належить дійти в результаті розгляду справи, можна робити тільки на підставі доказів і дебатів у відкритому судовому засіданні, а не під дією будь-яких зовнішніх впливів – хоч приватних, хоч громадських публікацій”.

Часто редакторів газети важко передбачити, що може стати чинником зовнішнього впливу на судовий процес. Проте, як видно на прикладі наведених нижче справ, те, що присяжний знайомий з повідомленнями про злочин у випусках новин, не повинно означати його автоматичної дискваліфікації. Якщо він переконає суддю, що здатен відкинути будь-яку думку щодо вини або невинності звинуваченого, яка могла у нього сформуватися, то може вважатися таким, що годиться на роль присяжного.

При розгляді клопотань з посиланням на упередженість, спричинену громадським резонансом у досудовий період, суди зважали на те, наскільки рішуче підсудний та його адвокат намагалися боротися з потенційно провокуючим упередженість впливом повідомлень про злочин. Суди брали до уваги, чи був підсудний відповідальним за будь-який випадок досудового інформаційного висвітлення, чи скористався він можливістю досудового відбору, *voir dire*, щоб гарантувати неупереджений склад журі, чи вичерпав він свій ліміт на відводи без зазначення причин, чи звертався він з клопотаннями щодо порушень процедурних норм. Хоча зазначені чинники не можуть служити єдиною підставою для права підсудного на новий розгляд його справи, все ж вони часто-густо справляють сильний вплив на судові рішення.

Призвіди упередженості в справах 1851 – 1951 років

На підставі упередженості журі було скасовано багато судових рішень, однак тут нас цікавлять головним чином справи, в яких призвідцем упередженості було визнано інформаційне висвітлення.

Перша розглянута Верховним Судом справа, що має певне значення в цьому плані, – це *United States v. Reid*; рішення у цій справі, що стосувалася вбивства, яке трапилося на американському пароплаві в далеких морях, було прийнято 1851 року. Підсудний подав клопотання до суду нижчої інстанції про повторний суд, посилаючись при цьому, зокрема, на неналежну поведінку

двох присяжних, котрі під час слухання справи читали газетне повідомлення про подані докази. Підсудний долучив дані під присягою свідчення цих двох присяжних, які стверджували, що прочитали окремі частини повідомлення, проте це не вплинуло на їхні судження. Судді Верховного Суду не захотіли навіть взяти до уваги такі свідчення, проте залишили питання відкритим, заявивши:

„Адже ми дотримуємося думки, що факти, доведені присяжними, – хай їх наведено і в беззаперечних свідченнях, – не можуть бути підставою для проведення повторного суду. В газетах не було нічого такого, що мало на меті вплинути на їхнє рішення, і обоє вони клянуться, що ці газети не справили найменшого впливу на їхній вердикт”.

У 1878 році Суд постановив рішення в справі *Reynolds v. United States*, в якому виклав перші директиви з цього питання і на яке посилався в багатьох своїх наступних ухвалах. У зазначеній справі, в якій йшлося про двоєженство, два моменти, на які вказував відповідач у своїй апеляції, полягали в тому, що клопотання підсудного про відвід деяких присяжних було необґрунтовано відхилено і що клопотання прокурора про відвід деяких інших присяжних було необґрунтовано задоволено. Спробувавши проаналізувати, що необхідно для того, щоб присяжного можна було вважати неупередженим, суд заявив:

„Згідно з правовою теорією, присяжний, у якого сформувалася думка, не може бути неупередженим. Не кожна думка, якої він дотримується, неодмінно повинна мати такий наслідок. У ці часи газетярського бізнесу й загальної освіти кожна справа, що становить громадський інтерес, майже неодмінно привертає увагу всіх інтелігентних людей в окрузі, тож серед тих, хто найбільше підходить на роль присяжного, важко знайти хоча б одного, хто не читав або не чув про неї і хто не має певного враження або певної думки щодо її суті. Тому зрозуміло, що в разі необхідності вирішити спор щодо фактів після подання відповідного клопотання суд практично буде змушений визначати, чи характер і сила сформованої думки такі, які згідно із законом необхідні як підстави для презумпції упередженості. Поставлене таким чином питання поєднує правові й фактологічні аспекти, і вирішувати його треба – в плані визначення фактів – так само, як і будь-яке інше питання такого роду, – на підставі доказів. Відповідний висновок суду, що розглядав справу, не повинен бути відхилений касаційним судом, якщо тільки його помилковість не є очевидною. В такому випадку касаційний суд повинен застосовувати не менш строгі правила, ніж ті, якими слід керуватися при розгляді клопотань про перегляд справи на тій підставі, що вердикт суперечить доказам. Слід чітко довести на підставі доказів, що у присяжного сформувалася така думка, через яку, з точки зору закону, його не можна було вважати неупередженим. Аргументація має бути такою, щоб було очевидно, що закон не залишив нічого на „сумління або розсуд” суду”.

Розглянувши факти, Суд дійшов висновку про відсутність такого вияву упередженості, який не залишив би нічого на сумління або розсуд суддів, попри те, що присяжний мав певну гіпотетичну думку щодо справи. Було визнано, що часто те, як присяжний поводить себе, коли дає свідчення, точніше „вказує на справжній характер його думки, ніж його слова”, що суддя, який веде процес, зазвичай краще здатний оцінити ситуацію, і що касаційний суд не повинен відміняти ухвали, обґрунтовані фактами, за винятком беззаперечних випадків. Далі Суд заявив:

„Тягар доведення лежить на оскаржувачі. Якщо він не доведе фактичного існування в свідомості присяжного такої думки, яку можна вважати підставою для презумпції

упередженості, відхиляти кандидатуру присяжного не обов'язково, і суд не помилиться, якщо відмовиться зробити це”.

У 1886 році Верховний Суд постановив рішення у справі про вбивство *Hopt v. Utah*, в якій однієї з підстав для апеляції була ухвала суду щодо кількох клопотань про відвід присяжних. Територія Юта на той час мала кілька актів, що регулювали провадження в кримінальних справах; один з них передбачав таке:

„Жодній особі не можна дати відвід як присяжному через те, що вона сформувала або висловила щодо справи або питань, винесених на розгляд такого журі [присяжного], думку, яка ґрунтується на поширених чутках, твердженнях у громадських журналах або загальній злій славі, за умови, що суд вирішить – після того, як ця особа зробить відповідну заяву під присягою чи в інший спосіб, – що вона може і буде, попри таку думку, приймати рішення щодо винесених на її розгляд питань неупереджено та об'єктивно”.

В апеляції відповідач оскаржив відмову суду нижчої інстанції задовольнити клопотання про обґрунтований відвід чотирьох присяжних. Трьом з цих чотирьох кандидатур відповідач або окружний прокурор дали відвід без зазначення причин, а коли склад журі було сформовано, у відповідача ще залишалось право на кілька клопотань про відвід без зазначення причин.

Отже, щодо цих трьох осіб причина, зазначена відповідачем, не могла бути виявом упередженості, оскільки відповідач не вичерпав свій ліміт на відводи без зазначення причин. Четвертий присяжний визнав, що довідався про справу з газет, що говорив про неї і що сформував свідому думку, проте не пригадує, щоб будь-коли висловлював її. Далі він пояснив, що його думка може змінитися тільки під впливом доказів, проте він вважає, що може брати участь у слуханнях як присяжний і при цьому діяти так, ніби ніколи не чув про справу, а те, що він чув, не має жодного значення. При перехресному допиті він заявив, що може бути присяжним і прийняти рішення у справі, не беручи до уваги будь-що почуте раніше, що він не відчував у собі жодної прихильності або упередженості, які могли б завадити йому виявити об'єктивність щодо відповідача, і що він вважав себе здатним провести розгляд справи відповідно до закону та доказів. При повторному допиті він заявив, що керуватиметься виключно доказами і не враховуватиме жодної думки, яка могла попередньо сформуватись у нього.

Підтвердивши вимоги закону і відмовившись скасувати вирок щодо відповідача, Суд заявив:

„Відповідно до прямих вимог Закону від 1884 року, цьому кандидатові на роль присяжного не можна було дати відвід за думку, сформовану або висловлену ним на підставі тверджень у громадських журналах, якщо суд вирішив – після того, як кандидатом було зроблено відповідну заяву під присягою чи в інший спосіб, – що він може і буде, попри таку думку, приймати рішення щодо винесених на його розгляд питань неупереджено та об'єктивно. Ми вважаємо, що опубліковані в газеті докази або те, що сприймається як докази, є „твердженням у громадському журналі” в значенні, вжитому в законі; а тому ухвала суду щодо компетентності присяжного в таких випадках є вирішальною”.

Зверніть увагу на різницю між думкою та упередженістю. Присяжний вважається компетентним, хай навіть він і сформував думку, прочитавши газетну статтю, якщо він заявляє, що не відчуває упередженості і що буде об'єктивним і прийме рішення в справі лише відповідно до доказів та закону.

Наступного, 1887 року Суд постановив рішення в справі *Ex Parte: Spies*. У цьому випадку Суд відхилив апеляцію, подану особою, визнаною винною у вбивстві. Однією з підстав для апеляції, наведених відповідачем, було оскарження правозгідності закону штату Іллінойс, який зокрема передбачав таке:

„...причиною для відводу не може бути те, що присяжний прочитав у газеті повідомлення про злочин, у скоєнні якого звинувачується ув'язнений, якщо такий присяжний підтвердить під присягою, що вважає себе здатним винести об'єктивний вердикт відповідно до закону та доказів; крім того при розгляді будь-якої кримінальної справи та обставина, що особа, призвана на роль присяжного, сформуvalа думку або враження, що ґрунтується на чутках або газетних твердженнях (щодо справедливості яких вона не висловлює жодної думки), не може бути підставою для відводу її з числа присяжних, які розглядатимуть цю справу, якщо вона заявить під присягою, що вважає себе здатною винести справедливий і неупереджений вердикт у цій справі відповідно до закону та доказів, а суд визнає таке твердження таким, що відповідає дійсності”.

Суд процитував фрагмент рішення у справі *Hopt v. Utah*, в якому сказано, що підсудному не заподіюється шкода, коли його клопотання про обґрунтований відвід було відхилено, після чого він дав відвід присяжному без зазначення причин, якщо на момент остаточного сформування складу журі його ліміт на відводи без зазначення причин не був вичерпаний. Суд заявив, що закон Іллінойсу не суперечив конституції цього штату, яка містила положення про неупереджене журі, подібне до відповідного положення Конституції Сполучених Штатів.

Далі Суд звернувся до питання про присяжних, яких було відібрано попри клопотання про обґрунтований відвід після того, як відповідач вичерпав свій ліміт на відводи без зазначення причин. Тут Суд знову виявив небажання скасовувати ухвалу судді нижчої інстанції, у присутності якого присяжні давали свідчення під час допиту. Слід зауважити, що закон містить вимогу не лише про те, щоб потенційний присяжний заявив під присягою, що вважає себе здатним „винести справедливий і неупереджений вердикт”, але й про те, щоб суд визнав „таке твердження таким, що відповідає дійсності”.

Справа *Simmons v. United States*, рішення в якій було прийнято 1891 року, стосувалась апеляції від особи, визнаної винною в провокуванні розтратника, допомозі йому і нецільовому витрачанні коштів. Тут суддя нижчої інстанції розпустив перший склад журі, коли дізнався, що один з присяжних збрехав під присягою під час співбесіди і що цей та інші присяжні прочитали опубліковану відповідачем у газетах статтю, в якій містилися коментарі щодо доказів. Після того як друге журі визнало його винним, відповідач оскаржив розпуск першого журі. З цього приводу Верховний Суд заявив таке:

„Не потрібні аргументи, щоб довести, що суддя, одержавши таку інформацію, мав усі підстави дійти висновку, що через таку публікацію, з огляду на особливі обставини її появи, журі при розгляді справи не могло діяти так, щоб кожен присяжний виявляв ту незалежність і свободу, які необхідні для справедливого вирішення спору між сторонами. Дійшовши такого висновку, суддя вочевидь мав право в рамках своїх повноважень видати розпорядження про розпуск журі і передати справу відповідача на розгляд іншому журі”.

Отже, Суд знову підтвердив правильність прийнятого суддею на власний розсуд рішення у справі такого роду.

У 1892 році Верховний Суд ухвалив рішення у справі *Mattox v. United States*, яка стосувалася вбивства на території індіанської резервації, розташованої в межах судового округу Канзас Сполучених Штатів Америки. Відповідач подав кілька даних під присягою свідчень присяжних, деякі з котрих заявили, що після того як слухання справи було закінчено і присяжні радилися, але ще не дійшли згоди щодо вердикту, до нарадчої кімнати принесли газету з коментарями щодо справи і прочитали їх присяжним. У статті стверджувалося, що відповідач буде щасливчиком, якщо його визнають невинним, оскільки докази проти нього дуже переконливі, так що, як очікується, дебати присяжних не триватимуть і години, а промова прокурора була настільки сильною, що друзі відповідача „облишили всі сподівання на будь-який інший результат крім визнання вини”. У свідченнях не вказувалося, який вплив – якщо він взагалі був – справило на присяжних читання газети; присяжні обмежилися заявами про те, що вони прочитали.

Суд дійшов висновку, що хоча свідчення присяжних щодо чинників, які вплинули на їхні дебати, неприйнятні як підстава ні для оскарження, ні для підтвердження вироку, проте суд може взяти до розгляду свідчення, пов'язані з будь-якими фактами, які можуть мати стосунок до питання про існування зовнішнього впливу. Отже, свідчення, в яких заявляється, що присяжні прочитали газету, є прийнятними, проте будь-яка заява щодо впливу статей на позиції членів журі неприйнятна. Верховний Суд визнав виключення свідчень з матеріалів справи окружним судом помилкою, яку можна виправити. Отже, в цьому випадку скасування рішення обґрунтовувалося виключенням свідчень окружним судом, а не потраплянням газети до нарадчої кімнати.

Thiede v. Utah – ще одна справа, провадження в якій було відкрито відповідно до закону території Юта. Однією з підстав для тверджень про судову помилку було відхилення клопотання відповідача про обґрунтований відвід чотирьох присяжних, які під час відбору засвідчили, що читали газетні повідомлення про дане вбивство, сформувавши певні враження в результаті читання, проте могли відкинути ці враження і розглянути справу об'єктивно на підставі наданих доказів. Суд постановив, що зі свідчень присяжних ясно видно, що вони відповідають вимогам закону території Юта, тож відхилення клопотань не було помилкою.

У рішенні в справі *Holt v. United States* від 1910 року Верховний Суд підтвердив правильність рішення окружного суду Сполучених Штатів у західному дистрикті Вашингтон щодо визнання підсудного винним у вбивстві, вчиненому на території військового поселення. Відповідач стверджував, що мала місце судова помилка, оскільки суд нижчої інстанції відхилив клопотання про обґрунтований відвід одного з присяжних. Цей присяжний визнав, що сприймав газетні повідомлення про справу як факти і не дотримувався іншої думки крім запозиченої із газет, проте інші докази здатні дуже легко змінити його думку, хоча „будуть потрібні якісь докази, щоб викреслити її”. Він сказав, що прийме своє рішення відповідно до доказів або з огляду на їх відсутність на суді. Суддя Холмс (Holmes), повідомляючи суд про свою думку, заявив:

„Касаційний суд не повинен відкидати результат визначення судом першої інстанції глибини переконань члена журі та його упередженості або неупередженості, якщо тільки помилка не є очевидною; в даному випадку це далеко не так”.

Відповідач також стверджував, що присяжним було дозволено розділитись, і поки вони

перебували окремо, де хто з них прочитав газетну статтю про дану справу. Суд заявив, що хоча деякі присяжні і могли прочитати матеріал щодо справи, однак з цього не випливає, що вони в результаті стали упередженими. Суддя Холмс зауважив:

„Якщо проста можливість упередженості або корупції вважатиметься підставою для презумпції їх наявності, буде важко зберегти інститут суду присяжних в умовах сьогодення”.

Отже, Суд підтвердив свої відомі з попередніх справ настанови щодо того, що присяжний може вважатися компетентним, навіть коли він уже сформував думку, і що питання стосовно упередженості присяжного є питаннями про факти, відповідь на які має давати суддя, котрий веде процес, а його рішення не слід скасовувати, за винятком „по-справжньому дуже очевидних обставин”.

Ця справа посприяла подальшому затвердженню правила, згідно з яким не досить, щоб пов’язана зі справою стаття в газеті *могла* справляти вплив; потрібен *факт* такого впливу.

Однією з відоміших справ подібного роду був суд 1919 року над звинуваченим у вбивстві першого ступеня Робертом Ф. Страудом (Robert F. Stroud), відомим як Пташник з Алькатрасу, котрого судили за вбивство охоронця в тюрмі Левенворт, штат Канзас. Однією з основних підстав, зазначених у клопотанні про скасування судового рішення, було те, що суд нижчої інстанції помилково не задовольнив клопотання про перенесення слухання справи до іншого регіону. Перед судом місцева преса надрукувала частину свідчень свідків звинувачення, що містилися в матеріалах попередніх слухань даної справи. Суддя не допустив жителів графства Левенворт до складу журі, проте відхилив клопотання про перенесення слухання справи до іншого регіону. Левенворт був одним з 50 графств судового округу, жителів якого відбирали до числа присяжних. Щодо деяких присяжних було заявлено клопотання про обґрунтований відвід на тій підставі, що вони були прихильниками смертної кари для осіб, визнаних винними у вбивстві першого ступеня. Суд визнав, що одне з цих клопотань слід було задовольнити. Проте оскільки цьому чоловікові було дано відвід без зазначення причин і він не був членом журі, і оскільки підсудному було надано на дві можливості більше, ніж передбачав закон, для відводу без зазначення причин, помилкова постанова не вплинула на об’єктивність розгляду справи апелянта. Суд не знайшов підтверджень того, що кандидатури будь-кого з присяжних, котрі розглядали справу, могли викликати заперечення, а тому відмовився скасувати рішення суду нижчої інстанції.

Певно, ця справа є найяскравішою ілюстрацією використання наявних запобіжних заходів з метою гарантувати, що справу підсудного розглядатиме неупереджене журі; вона показує, що питання про те, які саме заходи підходять у кожному конкретному випадку, краще за все залишити на розсуд судді, що веде процес. У цьому випадку суддя не повірив, що обнародування матеріалів у газеті зробило необхідним перенесення процесу до іншого регіону, проте, не допустивши жителів графства Левенворт до складу журі, він фактично забезпечив відповідачеві заміну контингенту потенційних присяжних.

Слід коротко згадати справу *Moore v. Dempsey*. П’ятеро чорношкірих громадян, визнаних судом у штаті Арканзас винними у вбивстві білого чоловіка, оскаржили визнання свого вчинку вбивством першого ступеня. Вироки було скасовано, проте не у зв’язку з висвітленням суду в газетах. Справа так розпалила пристрасті всієї місцевої громади, що Верховний Суд дійшов висновку, що за таких обставин справедливий суд був би неможливим. „...жоден присяжний не

міг би проголосувати за виправдання і після цього продовжувати жити в графстві Філіпс”, – визнав Суд.

Нова хвиля справ, що розпочата 1951 року

За винятком справи *Moore v. Dempsey* і порівняно малозначущої справи, що дістала назву *Buchalter v. New York*, у період між 1919 та 1951 було розглянуто небагато справ такого роду, і здавалося, що тему закрито попередніми ухвалами Верховного Суду. У справі *Buchalter* апелянт, вказавши на необ’єктивну і скандальну газетну публікацію, стверджував, що суд нижчої інстанції помилився, ухвалюючи рішення щодо клопотань про відвід потенційних присяжних і відмовившись перенести слухання справи до іншого регіону. Суд заявив, що розглянув матеріали справи і не знайшов підстав для висновку, що „виявлено переконливі докази фактичної упередженості з боку журі, яке розглядало справу відповідача”.

Починаючи зі справи 1951 року *Shepherd v. Florida*, Суд розглянув нову хвилю справ щодо упередженості журі, спричиненої, як стверджувалося, діяльністю новинних ЗМІ. У справі *Shepherd v. Florida* суд над відповідачами, чотирма чорношкірими громадянами, відбувся в графстві Лейк, штат Флорида; їх було визнано винними у зґвалтуванні білої дівчини. Знову постала проблема упередженості місцевої громади, в якій пристрасті розпалилися настільки, що підсудних загрожували лінчувати. Було спалено будинок батьків одного з підсудних, а також будинки ще двох чорношкірих сімей. Для захисту інших чорношкірих було викликано національну гвардію, а декому з чорношкірих довелося втікати з тих країв. Газети цитували шерифа, який стверджував, що відповідачі зізналися. На суді зізнання не прозвучало. Клопотання про відкладення розгляду справи і про його перенесення до іншого регіону були відхилені. Верховний Суд скасував ухвалене місцевим судом рішення, проте лише на підставі дискримінації при відборі до журі, а не через висвітлення справи в газетах. Проте суддя Джексон (Jackson) разом з суддею Франкфуртером, який пристав на його позицію, подали згідну думку, в якій було сказано, що вони вважали б за потрібне скасувати вирок через „впливи поза залом суду, які сприяли упередженості”, зокрема через висвітлення у ЗМІ. Джексон написав:

„Проте впливи поза залом суду, які сприяли упередженості і які стають дедалі типовішими для широко розрекламованих судових процесів, обрушилися на це журі з такою силою, що неминучим є висновок про те, що ці відповідачі були наперед визнані винними, а суд став простим юридичним жестом, який мав зафіксувати вердикт, вже продиктований пресою та створеною нею громадською думкою”.

У згідній думці згадувалися три основні справи про неповагу до суду, рішення в яких Суд незадовго до того ухвалив, і визнавалося, що в світлі цих справ судді, котрий головує на слуханні, важко протистояти втручанням преси в хід судового процесу. Однак Джексон зауважив:

„Проте якщо зловживання свободою преси настільки значні, що це унеможливає справедливий суд у місцевому регіоні, судовий процес необхідно захистити, перенісши розгляд справи до суду за межами їхнього можливого впливу. Газети, реалізуючи своє конституційне право, не повинні позбавляти звинувачених їхнього права на справедливий суд. Ці вирoki, винесення яких супроводжувалося такими подіями, не відповідають жодним цивілізованим

увявленням про належний судовий процес. Це, на мій погляд, достатня підстава для скасування судового рішення”.

Наступного, 1952 року Верховний Суд знову мав справу з клопотанням про те, що судовому процесові забракло елементарних засад об’єктивності з огляду на події навколо нього. У справі *Stroble v. California* відповідача було визнано винним у вбивстві першого ступеня шестирічної дівчинки. Раніше його вже заарештовували за приставання до малої дівчинки. Окружний прокурор передав газетам фрагменти зізнання, висловивши при цьому свою думку, що відповідач є винним і осудним. Звинувачення відповідачеві було висунуто наступного ранку. Одним з головних аргументів на підтримку твердження про необ’єктивність суду було те, що газети надрукували підбурювальні повідомлення з подачі окружного прокурора. Газети називали відповідача „перевертнем”, „недолюдком” та „схибленим на сексі вбивцею”. Верховний Суд підтримав вирок і відкинув твердження про те, що публікація зізнання в газеті стала причиною необ’єктивності або упередженості. Оскільки зізнання було долучено до справи на попередньому слуханні через чотири дні після публікації газетного матеріалу, Суд вирішив, що упередженості щодо відповідача виявлено не було:

„Про сам перебіг суду над клопотальником повідомляли лос-анджелеські газети – зазвичай на внутрішніх сторінках. Клопотальник не висловлює заперечень проти цієї фази газетного висвітлення, за винятком того, що газети іноді називали його „перевертнем”.

Хай ми і визнаємо, що дії окружного прокурора, який у день арешту клопотальника ознайомив пресу з певними деталями зробленого клопотальником зізнання, гідні осуду, проте ми бачимо, що текст зізнання було долучено до справи на попередньому слуханні в муніципальному суді 21 листопада, чотири дні по тому. Отже, тоді зізнання все одно стало б відомо пресі. Клопотальник не показав, яким чином публікація частини цього зізнання за чотири дні до того могла призвести до упередженості журі при винесенні вердикту два місяці по тому”.

Суд заявив, що клопотальник не зміг довести, що газетні повідомлення „створили в місцевій громаді таку упередженість проти нього, що це категорично виключало можливість справедливого суду”. Важливе значення мають зауваження Суду щодо небажання клопотальника добиватися перенесення розгляду до іншого регіону:

„Одразу слід відзначити, що в жодний момент клопотальник не добивався перенесення розгляду до іншого регіону, хоча Карний кодекс штату Каліфорнія прямо передбачає, що завжди, коли „справедливий та об’єктивний судовий процес неможливий у графстві”, в якому відкрито кримінальне провадження, на прохання відповідача процес можна перенести „до відповідного суду якогось зручного графства, для заперечення проти якого подібних підстав не існує”. Звичайно, небажання клопотальника подати таке прохання не є визначальним для розглядуваного питання, оскільки суд штату не ухвалив рішення проти клопотальника на цій підставі, а відхилив по суті його прохання, вмотивоване посиланням на федеральну Конституцію”.

Далі Суд наголосив на важливості тієї обставини, що адвокат клопотальника не вважав за потрібне добиватися перенесення судового процесу до іншого графства через повідомлення у пресі, які могли спричинити упередженість. Суд зауважив, що питання про газетні повідомлення було вперше поставлено перед судом вже після того, як відповідача було визнано винним, на обґрунтування клопотання про повторний судовий процес. Відповідаючи на цей

аргумент захисту, суд тоді зазначив, що всі присяжні були ретельно допитані і чітко заявили, що відповідач має презумпцію невинності, і при цьому не було жодних ознак того, що присяжні будь-коли бачили або читали газети, про які йшла мова. З приводу цього твердження суду, що розглянув справу, Верховний Суд заявив:

„Клопотальник не заперечує проти цього твердження суду. Справді, на жодній стадії провадження клопотальник не запропонував хоча б одного свідчення, яке доводило б, що той чи той присяжний став упередженим під впливом газетних повідомлень. Він просить цей суд просто прочитати ті повідомлення, а потім проголосити – всупереч рішенню двох судів штату, – що вони категорично позбавили його права на належний судовий процес. Цього ми зробити не можемо – принаймні у таких випадках, як цей, коли підбурювальні газетні повідомлення з'явилися приблизно за шість тижнів до початку суду над клопотальником, і немає доказів того, що в місцевій громаді взагалі існувала упередженість або що вона якимось чином вплинула на висновки журі. Також важливо, що в цій справі зізнання, яке було одним з найголовніших моментів газетних повідомлень, було зроблено добровільно і фігурувало як доказ на самому суді”.

Суддя Франкфуртер не підтримав відмову Суду переглянути винесений клопотальникові вирок. Його занепокоїв аргумент, що суду бракувало елементарних засад об'єктивності, зокрема внаслідок того, що саме окружний прокурор ініціював повідомлення у новинних ЗМІ. Тут Франкфуртер знову підкреслив точку зору, раніше висловлену суддею Джексоном і ним самим у рішенні в справі *Shepherd v. Florida* з приводу досудових повідомлень про відповідача. Отже, британська концепція, вірність якій Франкфуртер зберіг до кінця своїх днів, почала проявлятися в незгідних думках членів Суду:

„Присяжні, звичайно ж, просто люди, і навіть плачущі найкращі в світі наміри, вони мають, як сказано у відомій фразі суддів Холмса і Х'юза (Hughes), „надзвичайно високі шанси пройнятися атмосферою докільля”. Тому саме, що настрої зовнішнього світу не можна, попри всі намагання, утримати цілком за межами залу суду, в цивілізованому суді слід докладати максимум зусиль, щоб утримати їх зовні. Дозволити прокуророві нагодувати пресу доказами, які жоден схильний до самообмеження орган преси не повинен публікувати, поки суд не розпочався, означає зробити саму державу – через прокурора, котрий уособлює її владу, – свідомим учасником газетного суду, замість суду за допомогою тих методів, які, як показав досвід багатьох століть, необхідні для об'єктивного здійснення правосуддя”.

А отже, я не можу згодитися з тим, щоб підтримати вирок, у якому виявлено позитивне ставлення до спровокованої прокурором участі газет як частини „традиційної концепції” „американського способу ведення судового процесу”.

Заслуговують на увагу такі моменти: суд, розглядаючи ймовірність існування упередженості серед членів журі, бере до уваги проміжок часу між шкідливим громадським резонансом та початком судового процесу; якщо громадському резонансу сумнівної припустимості надалі буде надано статус доказу, відповідач не зможе поскаржитися на те, що до нього виявлено упередженість; відповідач повинен довести фактичне, а не здогадне упередження; суд негативно ставиться до громадського резонансу, ініційованого прокурором або іншими представниками держави. Як і в попередніх справах, той факт, що відповідач не скористався всіма можливими процесуальними засобами, щоб ліквідувати вплив досудового розголосу,

визнаний важливим, проте не визначальним. Отже, в рішенні у справі *Stroble v. California* Суд підтвердив свої традиційні погляди. Велика кількість коментарів щодо наслідків цієї справи показує, що частина юристів та адвокатів була зацікавлена в ствердженні поглядів меншості, висловлених Джексоном та Франкфуртером в рішеннях у справах *Shepherd* та *Stroble*. На підставі цих незгідних думок можна дійти висновку про початок діалогу на тему „вільна преса – справедливий суд”.

Пізніше того ж 1952 року Верховний Суд розглянув ще одну справу, пов’язану з газетною статтею, – *Leviton v. United States*. Клопотання відповідача про видачу наказу про витребування матеріалів справи було відхилено, проте суддя Франкфуртер подав меморандум, висловивши при цьому надію, що він виявиться корисним для розуміння того, яким чином Суд реалізує свої дискреційні повноваження, видаючи наказ про витребування або відмовляючись видати його. У даному випадку примірник газети з помилковою інформацією щодо фактів справи було знайдено в кімнаті журі. Суддя Франкфуртер навів цитати з думки більшості та незгідної думки, що фігурують у рішенні апеляційного суду. Зокрема в думці більшості було сказано:

„Однак ми не вважаємо, що таке повідомлення, хоч би яким помилковим воно було, унеможливило справедливий суд. Суддя дав дуже чіткі інструкції щодо необхідності не брати до уваги зміст статті, а далі вказав, яким чином правопорушення, зазначені в звинувачувальному акті, відрізнялися від тих, що їх було описано в статті. Певно, газетний суд – невдала річ, проте він не є чимось новим, і якщо суд не визнаватиме судової гіпотези щодо ефективності застережних інструкцій, проведення кримінальних судових процесів у великих містах може стати нереальним”.

У незгідній думці судді апеляційного суду було зокрема сказано:

„Мої колеги визнають, що „газетний суд” – то невдала річ. Однак вони відкидають його як неминуче прокляття життя у великому місті (так само як, напевно, переповнені вагони метро). Вони покладаються на старі ритуальні заклинання щодо чистоти матеріалів справи. Даремність такого виду екзорцизму добре відома. Як я зазначав деінде, це щось схоже на оповідання Марка Твена про маленького хлопчика, якому сказали стояти в кутку і не думати про білого слона. Суддя Джексон у своїй згідній думці у справі *Krulewitch v. United States* написав, що „наївне припущення про те, що наслідки упередженості можна подолати інструкціями для журі, ... як знають усі юристи-практики, є абсолютною фантастикою”.

1956 року в рішенні у справі *U.S. ex rel Darcy v. Handy* Суд знову відмовився скасувати вирок у відповідь на твердження, що результат судового процесу скомпрометований громадським резонансом. Клопотальника було визнано винним у вбивстві і засуджено до страти. У справі про розбій та вбивство відповідачами були четверо осіб, проте після задоволення клопотання адвокатів провадження було роз’єднано, так що справа клопотальника розглядалась окремо від інших. Одне із заперечень клопотальника стосувалося того, що двох з чотирьох відповідачів судили всього за тиждень до суду над ним і що негативний резонанс навколо того суду зашкодив йому. Суд заявив, що не спостерігалось жодних ознак атмосфери істерії та упередженості і що преса фактично лише інформувала про хід провадження. Суд повторив тезу про те, що саме клопотальник мав доводити необ’єктивність судового розгляду його справи:

„Будучи готовим виправити порушення конституційних прав, Суд водночас вважає, що „не є надмірною вимога, щоб тягар доведення суттєвої необ’єктивності лягав на того, хто заявляє

про таку несправедливість і добивається скасування результату, причому це доведення має бути не умоглядним, а таким, що ґрунтується на реальних обставинах”.

Ми дослідили твердження клопотальника, свідчення та документальні докази на їх підтримку, а також його аргументи. Ми робимо висновок, що доведено в основному те, що, в певних відношеннях, існувала можливість упередженості. На цій підставі нас просять визнати, що до клопотальника [справді] поставилися з упередженістю”.

Далі Суд веде мову про захисні засоби, надані кожному відповідачеві, в тому числі допит потенційних присяжних та право на відвід без зазначення причин. Крім того згадуються такі засоби захисту як роз’єднання судових процесів над кількома відповідачами, а також відкладення розгляду справи та перенесення його до іншого регіону:

„У даній справі, попри ту обставину, що компетентний адвокат клопотальника не вичерпав ліміту на відводи без зазначення причин на кінець ретельно проведеного допиту потенційних присяжних під час процедури відбору і не добивався відкладення розгляду справи або перенесення його до іншого регіону, клопотальник фактично просить цей суд дійти висновку, що висвітлення у новинах пограбування та ходу провадження до початку суду над клопотальником, включаючи суд над Фостером (Foster) та Зайцем (Zeit), створило атмосферу такої упередженості та істерії, що стало неможливим вибрати об’єктивне й неупереджене журі з-поміж представників місцевої громади або провести справедливий суд. Те, що адвокат клопотальника не вичерпав засобів, що їх він мав для того, щоб не допустити відбору необ’єктивного судового журі з-поміж представників громади, зараженої, як стверджується, істерією та упередженістю щодо клопотальника, є важливою, хоч і не визначальною обставиною”.

Судді Гарлан (Harlan), Франкфуртер і Даглас (Douglas) висловили незгоду з приводу інших підстав.

Всі раніше розглянуті справи були справами про порушення законів штатів, переданими на розгляд Верховного Суду на підставі заперечення належного судового процесу відповідно до Чотирнадцятої поправки. Ситуація змінилася 1959 року, коли в справі *Marshall v. United States* окружний суд Сполучених Штатів у штаті Колорадо виніс вирок відповідачеві за протизаконне розповсюдження наркотиків на порушення федерального закону. Суд видав наказ про витребування матеріалів справи, оскільки мав сумніви, чи не призвело ознайомлення деяких присяжних з газетними статтями до „такої упередженості в організації розгляду справи, що це вимагає реалізації наших наглядових повноважень і призначення повторного суду”. Тут Верховний Суд чітко зазначив, що реалізовує свої повноваження загального нагляду над федеральними судами нижчих інстанцій і не обмежується, як у випадках справ про порушення законів штатів, визначенням того, чи відповідачеві було забезпечено „належний судовий процес”. Газетні повідомлення розповідали про попередні судимості відповідача і містили іншу інформацію, потенційно здатну призвести до упередженості, зокрема докази, виявлені при арешті. Дізнавшись, що журі читало ці газетні повідомлення, суддя, який вів процес, провів співбесіду з присяжними і почув від них, що газетні статті на них не вплинуть, що вони здатні винести рішення у справі лише на підставі доказів і що читання статей не призвело до упередженості. Суд визнав, що суддя має великі дискреційні повноваження щодо вирішення питань такого роду, проте зазначив:

„Тут ми маємо факт ознайомлення присяжних з інформацією такого характеру, яка, як постановив суддя, несла на собі такий відбиток упередженості, що її не можна було безпосередньо запропонувати як доказ”.

Далі Суд знову чітко дав зрозуміти, що в даному випадку виконує наглядову функцію:

„Реалізуючи свої наглядові повноваження щодо формулювання та застосування належних стандартів втілення кримінального закону федеральними судами, ми вважаємо необхідним проведення повторного судового процесу”.

У 1961 році Суд видав наказ про витребування матеріалів ще однієї справи, розглянутої федеральним судом, – *Janko v. United States*. Відповідача було визнано винним в ухиленні від сплати прибуткового податку. У газетах та на радіо з’явилась інформація про колишні судимості відповідача, зокрема про попередній вирок у даній справі, який було скасовано. Однак присяжних неодноразово попереджали, щоб вони не читали ці повідомлення; коли ж суддя запитав їх у загальному плані, чи вплинули на них будь-які зовнішні джерела, вони дали негативну відповідь. Питання, що розглядалось апеляційним судом, було пов’язане з тим, що четверо членів журі прочитали газетні статті. Зробивши незвичний крок, Верховний Суд задовольнив клопотання про затребування матеріалів справи і скасував вирок, відправивши справу на дослідження, – все в одному меморандумі. Думки Верховного Суду обнародовано не було. У даному випадку Суд знову реалізовував свої повноваження нагляду над федеральними судами нижчої інстанції, і ця справа не додала нічого до вже встановленого рішенням у справі *Marshall* закону.

Справедливий суд для „Скаженого Пса” Ірвіна

Також у 1961 році Суд постановив рішення у справі, що її багато хто вважає найважливішою в даній проблематиці, – *Irvin v. Dowd*. Ірвінові, клопотальнику, було висунуто обвинувачення у вбивстві в штаті Індіана, і з огляду на громадський резонанс навколо злочину, в якому його звинуватили, було задоволено його прохання про перенесення розгляду справи до сусіднього графства, проте клопотання про відкладення розгляду було відхилено. У другому графстві його було визнано винним і засуджено до страти. Його апеляція до Верховного Суду ґрунтувалася на твердженні про порушення положення про належний судовий процес внаслідок того, що судовий процес над ним не був об’єктивним. У грудні 1954 року трапилися шість убивств. Ірвіна арештували в квітні 1955 року, а незабаром після того поліцейські посадовці видали прес-релізи з повідомленням про те, що він зізнався в усіх шести вбивствах. Людям на вулиці ставили запитання про його вину та міру покарання, на яку він заслуговує, а потім їхні думки звучали на місцевих радіостанціях. Сила-силенна газетних заголовків, малюнків, карикатур та статей було опубліковано в газетах, які доставлялися приблизно до 95 відсотків домівок у другому графстві, – тому, в якому його судили. Газетні та радіоповідомлення містили посилення на правопорушення, вчинені ним у підлітковому віці, його судимості за підпали та крадіжки зі зломом та те, що він побував під військовим трибуналом. Крім того в цих повідомленнях стверджувалося, що він порушив умови дострокового звільнення, а також що він зізнався в шести вбивствах і що йому висунуті обвинувачення у чотирьох з них. На додачу преса повідомляла, що Ірвін погодився визнати себе винним, якщо уникне страти, проте саме такого покарання мав рішучий намір добиватися прокурор. Ірвіна описували як „вбивцю

шістьох, котрий зізнався”, причому не лише у вбивствах, а ще й у 24 крадіжках зі зломом.

Розглядаючи ситуацію з відбором присяжних, Суд з’ясував, що спочатку в списку кандидатів було 430 осіб. Суд задовольнив клопотання про вмотивоване відхилення 268 кандидатур; 103 було відхилено через свідоме запереченням цими людьми смертної кари; крім того клопотальник використав максимально можливу кількість відводів без зазначення причин – 20. Представник штату дав відвід без зазначення причин лише 10 особам. Звіт про відбір присяжних, що складався з 2783 сторінок, засвідчив, що 90 відсотків опитаних громадян мали певну думку щодо вини, „в діапазоні від простої підозри до абсолютної переконаності”. Крім всього іншого восьмеро з дванадцяти кінець кінцем відібраних членів журі вважали Ірвіна винним.

Суд постановив, що присяжний, який сформував думку, не може бути безстороннім, проте далі заявив таке:

„Втім, не ставиться вимоги, щоб присяжні зовсім нічого не знали про факти та питання, що стосуються справи. У ці часи швидкісних, повсюдних та різноманітних засобів комунікації слід очікувати, що до важливої судової справи буде привернуто увагу місцевої громадськості, і навряд чи можна знайти серед тих, хто найкраще підходить на роль присяжного, когось, хто ще не сформував певного враження або думки щодо обставин справи. Це особливо стосується кримінальних справ. Якщо стверджувати, що просте існування будь-якого свідомого уявлення про вину або невинність звинуваченого, і не більше того, достатнє для заперечення презумпції об’єктивності присяжного, то це означало б запровадження неможливого стандарту. Цілком достатньо, щоб присяжний був здатний облишити своє враження або думку і винести вердикт, що ґрунтується на представлених у суді доказах”.

Далі Суд послався на принципи, викладені в рішенні у справі *Reynolds*, зокрема на те, що тягар доведення лежить на клопотальникові, що він повинен довести фактичне існування упередженості і що висновок суду, який розглядав справу, „не повинен бути відхилений касаційним судом, якщо тільки його помилковість не є очевидною”. Проте щодо даного випадку Суд визнав, що картина наростання необ’єктивності була чіткою й переконливою, а упередженість очевидною. Він зауважив, що дві третини присяжних були переконані у винності Ірвіна, чули або читали інформацію, яка була неприпустимою як доказ на суді, і відкрито визнавали свою упередженість. Однак кожен з них заявив, що здатний бути об’єктивним і неупередженим. З цього приводу Суд зауважив:

„Коли так багато людей і так багато разів визнали упередженість, такій заяві про об’єктивність не можна надавати великої ваги”.

Суд дійшов висновку, що за таких обставин скасування вердикту стало обов’язковим:

„Коли на карту поставлено життя клопотальника, не можна вважати надмірною його вимогу, щоб його судили в атмосфері, не збуреній такою величезною хвилею громадських пристрастей, і щоб справа розглядалась іншим журі, а не таким, дві третини членів якого визнають, ще не вислухавши жодного свідчення, що переконані в його винності”.

Суддя Франкфуртер подав згідну думку, в якій заявив:

„Хіба ж можуть здатні помилятися чоловіки та жінки винести безсторонній вердикт, виходячи виключно з того, що вони чують у суді, коли ще до того, як вони зайняли свої місця в журі,

їхній розум упродовж кількох місяців наповнювався матеріалами преси та радіо, покликаними довести вину звинуваченого? Гарантоване таким чином визнання вини становить заперечення найелементарніших уявлень про належний судовий процес”.

Аналізуючи цю справу, слід перш за все зауважити, що факти, пов’язані з її висвітленням у досудовий період, були більш кричущими, ніж ті, з якими Суд мав справу будь-коли раніше. Крім загального тла глибокої та різкої упередженості і крім показового звіту про відбір присяжних обсягом 2783 сторінок, згідно з яким восьмеро з 12 кінець кінцем відібраних присяжних вважали Ірвіна винним, варте уваги те, що в газетних статтях містилися дві речі, які, на думку більшості судів, є найшкідливішими для відповідача, а саме, список його попередніх судимостей та факт зізнання.

Те, що саме екстремальність фактичної ситуації, а не якась революційна тенденція, змусила Верховний Суд постановити рішення про скасування, знайшло підтвердження наступного року. У 1962 році Суд відмовився скасовувати рішення суду штату Вашингтон у справі *Beck v. Washington*. Дейв Бек (Dave Beck), профспілковий діяч, був визнаний винним у присвоєнні коштів профспілки. Його апеляція до Верховного Суду ґрунтувалася головним чином на твердженні про порушення положень про належний судовий процес та рівний захист, передбачених Чотирнадцятою поправкою, яке виявилось у тому, що негативний громадський резонанс унеможливив відбір об’єктивного журі. Бек добивався зняття звинувачень, а також тричі подавав клопотання про відкладення розгляду справи і один раз про перенесення розгляду справи до іншого регіону, проте всі ці клопотання були відхилені.

Газетні повідомлення приділяли головну увагу тому фактові, що зі скарбниці профспілки водіїв вантажних машин забиралися великі суми грошей, які використовувалися Беком для особистих цілей. Багато говорилось і про те, що Бек кілька разів скористався П’ятою поправкою під час слухання в спеціальному комітеті сенату Сполучених Штатів з питань неналежної діяльності в сфері праці й управління. У своєму запереченні проти складу великого журі Бек не стверджував, що конкретно хтось із присяжних був необ’єктивним або упередженим, а заявляв, що під час процедури відбору суддя не з’ясував, чи вплинув негативний громадський резонанс на когось із присяжних, а також що суддя не застеріг велике журі належним чином проти упередженості.

Суд відхилив ці аргументи, заявивши, що Беку було забезпечено неупереджене велике журі і що інструкції судді були адекватними. З приводу інструкцій Суд зауважив, що якби суддя, який вів процес, зупинився на питанні негативного громадського резонансу і на тому, що Бек скористався П’ятою поправкою, поставши перед сенатським комітетом, то цим самим він лише підкинув би поліно у вогонь, і це в кінцевому підсумку завдало б Беку більшої шкоди.

У запереченнях Бека проти малого журі знову-таки не виокремлювався конкретно хтось із присяжних, а стверджувалося, що громадський резонанс навколо судового процесу автоматично унеможливив відбір об’єктивного журі і що будь-яке журі, вибране з числа жителів регіону, в якому його судили, слід вважати упередженим. Суд вказав на те, що суд над Беком відбувся приблизно через дев’ять місяців після того, як він вперше постав перед сенатським комітетом, і через п’ять місяців після того як йому було висунуто звинувачення, і що на момент початку суду висвітлення справи було вже набагато менш активним. Крім того Суд охарактеризував повідомлення ЗМІ під час процесу як „простий виклад новин, а не негожі

статті, які провокували б недоброзичливість і прагнення помсти”. Що стосується самого журі, то відхиленими виявилися кандидатури всіх тих, хто за місяць перед тим викликався як потенційний присяжний у зв’язку з судом над батьком Бека, а також усіх тих, хто хоч раз побував у залі суду під час процесу над його батьком. З-поміж 52 допитаних осіб лише восьмеро визнали, що мають певну упередженість або хоча б думку щодо вини Бека, Шестеро інших припустили, що, можливо, стали упередженими або сформували думку. Кандидатури всіх цих 14 осіб були відхилені, так само як і кандидатури тих, проти кого адвокат Бека висунув умотивоване заперечення. Бек також використав усі шість дозволених йому відводів без зазначення причин. Під час процедури відбору кожен з тих присяжних, кого було відібрано, заявив, що не був упередженим і не сформував думки щодо вини Бека, відкинути яку його могли б примусити лише докази. Вивчивши звіт про відбір присяжних, Суд заявив, що характеристики кожного присяжного щодо неупередженості були набагато кращими, ніж ті, яких вимагав Суд у попередніх справах. Було зроблене посилання на частину рішення у справі *Irvin v. Dowd*, в якій сказано, що існування свідомого уявлення саме по собі недостатнє, якщо присяжний може відкинути будь-яку думку, яку має, і винести свій вердикт на підставі доказів.

Суд заявив:

„Ми не можемо сказати, що досудовий громадський резонанс був настільки сильним і широким, або що все журі виявило таку небезсторонність, що суд не повинен був повірити словам присяжних і мав би визнати наявність упередженості або наперед сформованої думки як доведений факт. Порівняймо з рішенням у справі *Irvin v. Dowd*, де позначений сенсаційністю громадський резонанс, несприятливий для звинуваченого, пройняв містечко, в якому його судили, і, як показали матеріали відбору присяжних, 90% з 370 кандидатів та дві третини тих, хто став членом журі, мали думку щодо вини, а звинувачений марно подавав клопотання про обґрунтований відвід кількох осіб, прийнятих до складу журі”.

Відмова Суду скасувати рішення в справі *Beck v. Washington* чітко показує, що його ухвала в справі *Irvin v. Dowd* не означала радикального відходу від колишніх прецедентів, а стала необхідним наслідком екстремальної ситуації.

Зауважимо, що при розгляді справи Бека Суд визнав важливою ту обставину, що Бек не подавав клопотань про обґрунтований відвід жодного з присяжних, яких було кінець кінцем відібрано. Суд також процитував уривок з рішення у справі *Darcy v. Handy*, в якому йдеться про те, що тягар доведення суттєвої необ’єктивності повинен лежати на клопотальникові і що це доведення має бути „таким, що ґрунтується на реальних обставинах”, а не просто припущенням. У розгляді та вирішенні справи не взяли участі ні суддя Франкфуртер, ні суддя Вайт (White). Суддя Блек (Black), до якого приєднався Верховний Суддя Воррен (Warren), не пристали на ухвалені рішення.

Висвітлення та належний судовий процес у справі Шеппарда

Наступний крок було зроблено, коли доктор Сем Шеппард (Sam Sheppard) заявив Верховному Суду, що його було позбавлено належного процесу через упереджене висвітлення перебігу суду над ним за вбивство його дружини у 1954 році. Те, що від імені Суду написав про події, пов’язані з зазначеним судовим процесом, суддя Том Кларк (Tom Clark), з огляду на чіткість висловленої думки не потребує коментарів:

„Фундаментальна помилка суду справляє ще гірше враження через визнання ним своєї неспроможності контролювати громадський резонанс навколо справи. На самому початку провадження суддя оголосив, що ні він сам, ні будь-хто інший не здатен обмежити позначені упередженістю повідомлення новин. І він багато разів повторював цю думку. Оскільки суддя вважав своєю ціллю новинні ЗМІ, він так і не розглянув можливості вжиття інших засобів, що їх часто використовують для зменшення потоку позначених упередженістю матеріалів і захисту журі від зовнішнього впливу. Ми робимо висновок, що ці процедури були б достатніми, щоб гарантувати Шеппарду справедливий суд, а тому не розглядаємо ні те, які санкції можна було застосувати до непокірної преси, ні звинувачення в упередженості, які нині лунають на адресу судді штату, який вів процес.

Карнавальної атмосфери, в якій проходив суд, можна було легко уникнути, оскільки зал суду та інші приміщення в будинку суду перебувають під контролем суду. Як ми підкреслювали в рішенні у справі *Estes*, присутність преси на судових засіданнях слід обмежити, коли стає очевидним, що в протилежному разі звинувачений зазнає упередженості або опиниться в не вигідному становищі. Беручи до уваги сильний досудовий резонанс, суддя повинен був встановити більш строгі правила щодо використання репортерами залу суду, про що його просив адвокат Шеппарда. Кількість репортерів у самому залі суду можна було обмежити при першій ознаці того, що їхня присутність порушить хід процесу. Безперечно, не слід було дозволяти їм заходити за бар'єр. Більше того, суддя повинен був чіткіше регулювати поведінку репортерів у залі суду. Наприклад, суддя надто пізно попросив їх не торкатися речових доказів, які в перервах між засіданнями лежали на адвокатському столі, і не фотографувати їх.

По-друге, суд повинен був ізолювати свідків. Всі газети та радіостанції вочевидь безперешкодно брали інтерв'ю у майбутніх свідків і в багатьох випадках розголошували зміст їхніх свідчень. Типовим прикладом є публікація численних заяв Сьюзен Хейз (Susan Hayes), перш ніж вона з'явилася в суді, щодо її любовного зв'язку з Шеппардом. Хоча свідки не допускалися до залу суду під час засідань, вони могли прочитати у пресі наведені там дослівно свідчення інших. Це зробило встановлене суддею правило повністю неефективним.

По-третє, суд повинен був докласти певних зусиль, щоб взяти під контроль витік новин, інформації та пліток, що їх поширювали серед представників преси офіцери поліції, свідки та адвокати обох сторін. Значна частина розголошеної таким чином інформації була неточною, що породжувало безпідставні чутки та сум'яття. Те, що суддя усвідомлював свою відповідальність в цьому відношенні, видно з його попередження Стіву Шеппарду (Steve Sheppard), братові звинуваченого, котрий вочевидь робив публічні заяви, намагаючись дискредитувати свідчення свідків звинувачення. У присутності журі суддя зробив таку заяву:

„А тепер суд хоче сказати дещо. Те, що йому сказали – він зовсім нічого не читав про це, проте був поінформований, що доктор Стів Шеппард, якому було надано привілей залишатися в залі суду під час процесу, намагається проводити розгляд справи в газетах і робить доволі неприємні коментарі з приводу свідчень свідків звинувачення.

Тож доктор Стів Шеппард має знати, що коли він бажає використовувати газети для розгляду цієї справи, поки ми розглядаємо її тут, йому буде заборонено залишатися в залі суду під час наступних судових засідань, якщо він зостається свідком у цій справі.

Суд розуміє, що не може позбавити Стіва Шеппарда права на свободу слова, проте він може

позбавити його ... привілею перебувати в залі суду, якщо він бажає користатися таким методом впродовж решти судового процесу”.

Адвокат захисту негайно звернув увагу суду на неймовірний галас у пресі Клівленда, яка „повністю перекрутила свідчення” у справі. За таких обставин суддя повинен був принаймні зажадати від газет, щоб ті перевіряли точність своїх повідомлень. І очевидно, що суддя мав спробувати зменшити серйозність цієї проблеми ще й шляхом накладення заборони на заяви для преси з боку адвокатів, свідків, а особливо коронера та офіцерів поліції. Прокурор раз по раз надавав ЗМІ доказову інформацію, яку так і не було запропоновано на суді. Значна частина „доказів”, поширюваних у такий спосіб, була вочевидь неприпустимою. Неприйняття таких доказів судом втрачає сенс, якщо новинні ЗМІ знайомлять з ними громадськість. Наприклад, повідомлення про відмову Шеппарда пройти тестування на детекторі брехні надійшло безпосередньо від офіцерів поліції та коронера.

Свідку звинувачення приписали повідомлення про те, нібито дружина Шеппарда називала його схожим на „Джекїла-Хайда”. Такого роду свідчень на суді ніхто не давав. Ще одне повідомлення, в якому стверджувалося, що „на підході сенсаційний свідок”, який дасть свідчення про „бурхливий темперамент” Шеппарда, також могло надійти тільки з боку звинувачення. Далі, газети наводили детальний опис доказів, знайдених поліцією, проте не долучених до справи.

Те, що значна частина провокуючих упередженість новин ішла від звинувачення, так само як і від захисту, робить бездіяльність судді ще прикрішою. Ефективний контроль над цими джерелами – хай і в межах повноважень суду – напевне дав би змогу запобігти поширенню неточної інформації, чуток та звинувачень, які спричинили значну частину підбурювального галасу – принаймні після того як Шеппарду було висунуто обвинувачення.

Конкретніше кажучи, ніщо не заважало суду, який розглядав справу, накласти заборону на позасудові заяви кожного з адвокатів, сторін, свідків або судових посадовців, з чіїх вуст лунали провокуючі упередженість повідомлення, зокрема про відмову Шеппарда бути допитаним або пройти тестування на детекторі, про будь-які заяви Шеппарда посадовцям, про особи майбутніх свідків або їхні можливі свідчення, про переконаність у вині або невинності та інші подібні заяви щодо обставин справи. Знаючи про великий громадський інтерес до цієї справи, широке її висвітлення у пресі та потенційно провокуючий упередженість вплив галасу навколо неї, суд також міг попросити відповідних посадовців на рівні штату та графства запровадити правила для їхніх співробітників стосовно поширення інформації про справу. Крім того репортерів, котрі писали або давали в ефір провокуючі упередженість повідомлення, можна було попередити про недоречність публікації матеріалів, які не фігурували на процесі. Суддя був поінформований про події навколо суду зі скарги адвоката захисту у зв'язку з передачею на каналі WHK на другий день слухань. У такий спосіб право Шеппарда на суд, вільний від будь-якого зовнішнього впливу, було б додатково захищене без відповідного обмеження діяльності новинних ЗМІ. Якби суддя, інші судові посадовці та поліція поставили на чільне місце інтереси правосуддя, новинні ЗМІ швидко зрозуміли б, що їм слід задовольнитися виконанням задачі щодо інформування про хід процесу в залі суду замість складання мозаїки з позасудових заяв.

Зі справ, які до нас надходять, ми бачимо, що необ'єктивні та упереджені інформаційні

коментарі щодо перебігу судових процесів стають дедалі частішими. Положення про належний процес вимагає, щоб справа звинуваченого розглядалася неупередженими присяжними, вільними від зовнішніх впливів. З огляду на повсюдний характер сучасних комунікацій і складність ліквідації впливу пройнятого упередженістю громадського резонансу на свідомість присяжних, суди першої інстанції повинні вжити рішучих заходів з метою гарантувати, що рівновагу ніколи не буде порушено на шкоду звинуваченому. Апеляційні ж суди мають обов'язок здійснювати незалежну оцінку обставин. Звичайно, ніщо не забороняє пресі повідомляти про події, що відбуваються в залі суду. Проте там, де існує реальна ймовірність того, що упереджені новини, обнародовані в досудовий період, унеможливлять справедливий суд, суддя повинен відкласти розгляд справи до того часу, коли загроза зменшиться, або перенести його до іншого графства, в якому резонанс навколо справи не настільки значний. Крім того суддя мав обговорити з адвокатами *sua sponte* питання про ізоляцію присяжних. Нині штат Огайо затвердив вимогу, щоб журі, що розглядають справи, в яких підсудному загрожує смертна кара, були ізольовані на період провадження без відповідного клопотання з боку адвоката захисту; вочевидь це зроблено на підставі досвіду справи Шеппарда. Якщо громадський резонанс під час провадження загрожує об'єктивності суду, слід призначити повторний розгляд справи. Однак ми повинні пам'ятати, що скасування – лише паліатив; ліками тут мають бути коригувальні заходи, які унеможливлять упередженість на самому початку. Впроваджуючи відповідні правила та інструкції, суди повинні вжити таких кроків, які захистять судові процесі від зовнішнього втручання. Нікому – ні прокурорам, ні адвокатам захисту, ні свідкам з боку звинуваченого, ні судовому персоналові, ні співробітникам правоохоронних органів – не можна дозволити вносити розлад у функціонування суду. Співробітництво між адвокатами та пресою щодо інформації, здатної вплинути на справедливість кримінального судового процесу, не лише підлягає регулюванню, але й гідне серйозного осуду та дисциплінарних заходів.

Оскільки суддя штату, який вів процес, не виконав свого обов'язку захистити Шеппарда від природно провокуючого упередженість резонансу, яким пройнялась уся громада, і тримати під контролем руйнівні впливи в залі суду, ми повинні скасувати рішення про відхилення клопотання про видачу наказу *habeas corpus*. Справа повертається на дослідження до окружного суду, разом з інструкцією видати наказ та ордер на звільнення Шеппарда з-під варти принаймні до тих пір, поки штат через розумний строк знову не висуне йому звинувачень”.

З цитованої думки видно, що Верховний Суд визнав, що головною вадою ведення справи була неспроможність судді, який вів процес, тримати ситуацію в залі суду під належним контролем. Крім того нездатність держслужбовців та адвокатів обох сторін провадження діяти відповідно до своїх проголошених кодексів етичної поведінки призвела до того, що журі, яке слухало справу Шеппарда, стало упередженим проти нього. Ніде в думці Суду суддя Кларк не посилається на конфлікт між правами та обов'язками, передбаченими Першою та Шостою поправками. У думці імпліцитно вказано, що Суд вважає виявлену пресою нестриманість небажаною:

„Зі справ, які до нас надходять, ми бачимо, що необ'єктивні та упереджені інформаційні коментарі щодо перебігу судових процесів стають дедалі частішими”.

Проте, на думку Суду, відповідальність лежить безпосередньо на суддях, адвокатах та держслужбовцях, адже на всіх них покладено обов'язок не допустити виникнення карнавальної

атмосфери.

З огляду на вищезазначене, має сенс переказати наведений Верховним Судом стислий виклад ситуації, про яку йдеться в думці Суду.

4 липня 1954 року Мерілін Шеппард (Marilyn Sheppard), вагітна дружина доктора Шеппарда, була забита до смерті дрючком у їхньому домі в передмісті Клівленда. За словами доктора Шеппарда, він спав на кушетці, коли рано вранці почув крик своєї дружини. Далі доктор Шеппард розповів про зіткнення з „фігурою” невідомого біля ліжка своєї дружини і про свою подальшу боротьбу з цією „фігурою”, яка вдарила його по потилиці, після чого він знепритомнів. Він сказав, що, опритомнівши, переслідував „фігуру” від дверей до берега озера перед його будинком. Він вступив у боротьбу з „фігурою” і, одержавши ще один удар, знову втратив свідомість. Прийшовши до тями, він повернувся до будинку і повідомив про те, що сталося, мера селища. Доктора Шеппарда забрали до ближньої клініки, що належала його сім’ї, де лікарі зайнялися його ранами.

Після викладу розповіді доктора Шеппарда про смерть його дружини в думці Верховного Суду сказано про висвітлення справи з першого дня суду і до кінця.

У редакційних статтях на перших сторінках газет стверджувалося, що комусь „вбивство сходить з рук”, і запитувалося, „Чому не проводиться дізнання? Проведіть його негайно, докторе Гербер”. Доктор Гербер (Gerber), коронер, призначив дізнання того ж дня. Його можна було чути в прямій трансляції по всій гімназії, в якій воно відбувалося; мікрофони було встановлено біля лави коронера та місця для свідків. Хоча адвокати Шеппарда і були присутні на дізнанні, що тривало впродовж трьох днів, проте їм не дозволили взяти участь у ньому, і фактично, коли головний адвокат спробував добитися долучення до справи певних документів, коронер віддав розпорядження, щоб його силою вивели з кімнати, що публіка вітала вигуками схвалення. Газети вказували на суперечності в заявах Шеппарда, розповідали про докази, які не фігурували на процесі, робили акцент на позашлюбних зв’язках Шеппарда і вимагали арештувати його.

Після того як 30 липня його арештували, висвітлення справи не стало спокійнішим. Суд звертає увагу на повідомлення про буцімто знайдені докази, яких насправді ніколи не існувало, на карикатури на Шеппарда, що висміювали його небажання допомагати слідству, і на фотографію, яку було ретушовано таким чином, щоб переконати читачів газети, що саме Шеппард був убивцею.

У наступному розділі рішення Верховного Суду описані умови в залі суду під час розгляду справи. Це була невелика кімната, розміром 26 на 48 футів; репортери сиділи по один бік бар’єру одразу позаду відповідача і на відстані трьох футів від лави присяжних. Поруч із будинком суду було встановлено телевізійні та кінокамери, а фотографи та телевізійний персонал, разом з усією своєю апаратурою, заповнили коридори біля судового залу. Така ситуація тривала впродовж усіх дев’яти тижнів процесу.

Всі присяжні крім одного під час відбору засвідчили, що читали про справу або чули передачі про неї. Щонайменше семеро з 12 присяжних передплачували одну або кілька клівлендських газет.

У рішенні вказано на низку подій, які трапилися під час суду і посилювали упередженість щодо

справи Шеппарда; далі Суд робить висновок, що вся ця діяльність новинних ЗМІ становила втручання в хід самого процесу.

Однак Суд повторює свою давнішу позицію щодо свободи слова:

„Відповідальна преса завжди вважалася помічницею в справі ефективного здійснення правосуддя, особливо в сфері кримінального судочинства. Цю її функцію засвідчує вражаючий послужний список, що охоплює кілька століть. Преса не просто публікує інформацію про суди, але й запобігає судовим помилкам, роблячи поліцію, прокурорів та судові процедури об’єктом прискіпливої уваги та критики з боку широкої громадськості. А тому цей суд не бажає запровадження жодних прямих обмежень традиційної свободи новинних ЗМІ, оскільки *„(m)e, що відбувається в залі суду, є громадською власністю”*.

Важливо те, що, попри непоміркваність поведінки новинних ЗМІ, яку визнали навіть самі ЗМІ і щодо якої Суд висловлює жаль, у рішенні зазначається, що в кінцевому підсумку відповідальність за те, що така ситуація стала можливою, лежить безпосередньо на судді, який вів процес.

Хоча Суд веде мову про обов’язок судді тримати під контролем ситуацію в залі суду та навколо нього під час судового процесу, однак у думці не йдеться про обмеження тих прав, що їх з давніх часів має преса в силу Першої поправки. Немає й пропозиції про притягнення представників преси до відповідальності за неповагу до суду або про застосування інших санкцій проти преси.

Суть рішення в справі Шеппарда викладена простими словами наприкінці ухвали, коли Суд говорить, що ліки в даній ситуації полягають не в обмеженнях діяльності преси, а в захисті звинуваченого за допомогою запобіжних процесуальних засобів, які не повинні бути недоступними жодному відповідачеві. Суд заявив:

„Звичайно, ніщо не забороняє пресі повідомляти про події, що відбуваються в залі суду. Проте там, де існує реальна ймовірність того, що упереджені новини, обнародовані в досудовий період, унеможливають справедливий суд, суддя повинен відкласти розгляд справи до того часу, коли загроза зменшиться, або перенести його до іншого графства, в якому резонанс навколо справи не настільки значний. Крім того суддя мав обговорити з адвокатами *sua sponte* питання про ізоляцію присяжних. Якщо громадський резонанс під час провадження загрожує об’єктивності суду, слід призначити повторний розгляд справи. Однак ми повинні пам’ятати, що скасування – лише паліатив; ліками тут мають бути коригувальні заходи, які унеможливають упередженість на самому початку”.

Існує одинадцять запобіжних процесуальних засобів, що покликані захистити суд над звинуваченою особою від зовнішніх впливів. Деякі з цих засобів можна застосувати у досудовий період, деякі – під час суду, а ще деякі – після його закінчення. Цими засобами є перенесення розгляду справи до іншого регіону, заміна контингенту потенційних присяжних, відкладення розгляду, роз’єднання провадження, процедура відбору присяжних (*voir dire*), спеціальні журі (*blue ribbon juries*), ізоляція журі, інструктування, повторний суд, апеляція та наказ *habeas corpus*.

Якщо Верховний Суд вважає, що існуючих запобіжних засобів було б досить для того, щоб справитися з впливом безпрецедентного інтересу громадськості до справи Шеппарда, то важко

уявити ситуацію, за якої ті ж самі процедурні засоби виявилися б недостатніми для захисту будь-якого відповідача.

Підтвердження рішення у справі „Буруна Мерфа”

Наприклад, 1975 року, розглядаючи рішення в справі *Murphy v. Florida*, Суд знову відмовився скасувати вирок, попри твердження, що громадський резонанс навколо справи позбавив відповідача належного судового процесу. При цьому Суд роз’яснив свою ухвалу в справі *Marshall v. United States*.

Джека Роланда Мерфі (Jack Roland Murphy) було визнано винним у зломі та проникненні до будинку з наміром вчинити крадіжку. Суддя Маршал (Marshall), котрий написав більшу частину думки Верховного Суду, яку підтримали 8 суддів проти одного, заявив:

„Крадіжка та арешт клопотальника широко висвітлювалися пресою, оскільки раніше клопотальник часто згадувався в новинах. Він став відомим через свою участь у крадіжці сапфіру „Зірка Індії” з музею в Нью-Йорку в 1964 році. Яскравий стиль життя зробив його об’єктом постійної уваги преси; зазвичай його називали – принаймні у ЗМІ – „Буруном Мерфом” (Murph the Surf).”

Суд бере до уваги, що матеріали справи містять велику кількість статей, в яких ідеться про життєві випробування Мерфі, а в багатьох цитуються заяви для репортерів, зроблені Мерфі або його адвокатом. Коли почався відбір до журі, було опитано 78 присяжних. З них 30 дістали відвід з огляду на різні особисті причини; 20 дістали відвід з боку захисту або звинувачення без зазначення причин; 20 дістали відвід з боку суду як такі, що ставляться до Мерфі з упередженістю, а з-поміж решти восьмеро були відібрані як присяжні та двоє як резервні члени журі. Мерфі подав клопотання про відвід вибраних присяжних на тій підставі, що вони знали про те, що його раніше визнавали винним у крадіжці „Зірки Індії” у 1964 році та у вбивстві в іншому графстві. Це клопотання, а також клопотання про перенесення розгляду справи до іншого регіону на підставі твердження про досудовий громадський резонанс, що призвів до упередженості, було відхилено.

Верховний Суд США віддав наказ про витребування матеріалів справи.

У своїй думці Суд з’явив, що його колишнє рішення в справі *Marshall v. United States* стосувалося лише федеральних судів і що тодішня ухвала про скасування вмотивовувалася виключно його наглядовими повноваженнями, а не була наслідком вимог конституції.

Суд підкреслив, що майже всі статті, в яких розповідалося про Мерфі, з’явилися впродовж дворічного періоду, який закінчився за сім місяців до того як було відібрано журі в цій справі, охарактеризувавши статті як такі, що „ґрунтуються переважно на фактах”.

Суд заявив:

„Те, яких саме заходів має вжити суд, щоб відібрати присяжних, які видаються неупередженими, є ще одним чинником оцінки запевнень цих присяжних у тому, що вони неупереджені. У громаді, в якій більшість потенційних присяжних визнають, що мають дискваліфікуючу упередженість, правдивість заперечень інших можна поставити під сумнів; адже тоді більшою є ймовірність того, що вони є членами громади, глибоко ворожої щодо

звинуваченого, а також того, що це могло вплинути на них, хоча вони й не відчувають цього. У справі *Irvin v. Dowd*, наприклад, Суд взяв до уваги, що 90 відсотків опитаних схилилися до думки, що звинувачений винний, а суд тоді з цієї причини дав відвід 268 з 430 потенційних присяжних. Натомість у даному випадку 20 з 78 опитаних дістали відвід, оскільки визнали, що мають думку щодо вини клопотальника. Можливо, це на 20 більше, ніж було б у випадку суду над зовсім невідомою особою, однак це аж ніяк не вказує на те, що громада отруєна такою неприязню до клопотальника, що це ставить під сумнів безсторонність присяжних, які не виявили особистої ворожості.

Якщо підсумувати, то на підставі матеріалів справи ми не можемо зробити висновок, що суд над клопотальником не був об'єктивним. Клопотальник не зміг показати, що організація судового процесу характеризувалась упередженістю або що процес відбору журі, на який він скаржиться, дає підставу для висновку про фактичну упередженість. А тому слід підтвердити ухвалу апеляційного суду”.

Також 1975 року апеляційний суд США у сьомому окрузі, розглянувши справу *Chicago Council of Lawyers v. Bauer*, постановив, що „правила про некоментування”, встановлені окружним судом північного округу штату Іллінойс, позбавляли адвокатів передбачених Першою поправкою прав на свободу слова. Позивач у справі стверджував, що так звані „правила про некоментування” містили неконституційні обмеження прав адвокатів давати публічні коментарі щодо справ, які перебувають у розгляді, а також слухати й читати публічні коментарі інших адвокатів, і що дія цих правил не обмежувалася ситуаціями, коли існує „безпосередня й очевидна небезпека серйозної та значної загрози здійсненню правосуддя”.

Окружний суд, зауваживши, що ці правила не можна вважати такими, що містять попередні обмеження, все ж визнав, що формулювання правила, в якому говорилося, що „за умови реальної ймовірності того, що так поширення [інформації] завадить об'єктивності суду або іншим чином зашкодить належному здійсненню правосуддя”, було надто широким і, отже, не відповідало конституційним стандартам. Суд заявив, що лише ті коментарі, які становлять „серйозну та значну загрозу” втручання в об'єктивне здійснення правосуддя, можуть бути заборонені на підставі Конституції.

Зі справ, про які йдеться вище, чітко видно, як розвивався закон у цій сфері. Хоча важко заперечувати, що Суд надавав підсудним дедалі більшу міру захисту від впливів із-за меж судової кімнати, проте лише в двох випадках, коли вирок було винесено судом штату, – *Irvin v. Dowd* і *Sheppard v. Maxwell*, – Верховний Суд відмінив рішення суду нижчої інстанції на підставі положення про належний судовий процес, оскільки в тому регіоні, де розглядалася справа, висвітлення злочину та процесу новинними ЗМІ ускладнило забезпечення справедливого суду.

Ці дві важливі справи, в яких Суд визнав факт упередження, були пов'язані з телевізійним висвітленням. А тому закон, викладений у рішенні в справі *Reynolds v. United States*, залишається по суті незмінним щодо висвітлення в газетах. Як видно з рішення у справі *Sheppard v. Maxwell*, Верховний Суд не змінив своїх поглядів у цій області. Суд продовжує вважати існуючі запобіжні правові засоби достатніми для захисту звинуваченого і не намагається жодним чином обмежити свободу преси.

Проте судді, які ведуть процеси, продовжують вживати кроків, що їх вони вважають

необхідними „в інтересах справедливого суду”.

Розпорядження про нерозголошення інформації для репортерів

У рішенні в справі *Sheppard v. Maxwell* Верховний Суд зауважив, що, як показують розглянуті ним справи, „необ’єктивні та упереджені інформаційні коментарі щодо перебігу судових процесів стають дедалі частішими”. У 1966 році Суд заявив:

„Положення про належний процес вимагає, щоб справа звинуваченого розглядалася неупередженими присяжними, вільними від зовнішніх впливів. З огляду на повсюдний характер сучасних комунікацій і складність ліквідації впливу пройнятого упередженістю громадського резонансу на свідомість присяжних, суди першої інстанції повинні вжити рішучих заходів з метою гарантувати, що рівновагу ніколи не буде порушено на шкоду звинуваченому”.

У 1972 році окружний суддя США Е. Гордон Вест (E. Gordon West) вжив по-справжньому крутих заходів, коли видав наказ про заборону повідомляти про свідчення, дані на досудовому слуханні справи робітника фірми „VISTA”, якого було звинувачено у змові з метою вбивства мера міста Бетон Руж, штат Луїзіана. Суддя Вест викликав до суду репортерів Леррі Дікінсона (Larry Dickinson) та Гіббса Адамса (Gibbs Adams) у зв’язку з неповагою до суду, після того як вони написали статті для своїх газет з детальним викладом свідчень, даних того дня. Репортери подали апеляцію до апеляційного суду п’ятого округу, і там судова колегія, що складалася з трьох суддів, заявивши, що заборона була неконституційною, відправила справу *U.S. v. Dickinson* назад до окружного суду, щоб той переглянув своє рішення. Суддя Вест скасував свою заборону права на публікацію, проте відмовився анулювати наказ про виклик репортерів у зв’язку з неповагою до суду.

Після цього апеляційний суд п’ятого округу, який налічував 15 суддів, розглянув справу в повному складі і постановив рішення проти репортерів. Суд заперечив, що порушує право вільної преси, заявивши, що просто підтверджує право федерального окружного судді накладати покарання на порушників своїх наказів – незалежно від конституційності цих наказів.

Після справи Дікінсона траплялися й інші ухвали судів нижчих інстанцій на рівні штатів та федеральних судів щодо заборони на розголошення, однак питання дійшло до Верховного Суду лише 1976 року, коли він розглянув справу *Nebraska Press Association v. Stuart*. Отже, 1976 року перед Верховним Судом уперше постало питання про те, чи може суд нижчої інстанції, не порушуючи Конституцію, видати наказ про нерозголошення інформації у пресі на підставах забезпечення справедливого суду. У цьому випадку Суд розглянув, за словами Верховного Судді Воррена Бергера (Warren Burger), проблеми „майже такі ж старі, як і Республіка”.

У своїй думці Суд бере до уваги такі обставини справи:

Увечері 18 жовтня 1975 року місцевий поліцейський знайшов шістьох членів однієї родини мертвими в їхньому будинку в маленькому містечку, яке налічувало близько 850 жителів, у штаті Небраска. Арештували підозрюваного, якому наступного ранку суд графства Лінкольн висунув звинувачення. Злочин одразу дістав широке висвітлення у місцевих, регіональних та

загальнонаціональних газетах, на радіостанціях та телевізійних каналах.

Через три дні після скоєння злочину прокурор графства та адвокат захисту звернулися до суду графства із спільним клопотанням про видачу обмежувального наказу стосовно „речей, про які можна або не можна буде повідомляти публічно або розкривати громадськості”, з огляду на „масоване висвітлення новинними ЗМІ” та „реальну ймовірність упереджених повідомлень, які ускладнили б або й зовсім унеможливили відбір неупередженого журі і могли б зашкодити справедливому суду”. Не розглянувши докази, а лише заслухавши аргументи адвоката, суд графства задовольнив клопотання про видачу обмежувального наказу, що забороняв усім присутнім на суді стороннім особам „розкривати або санкціонувати розкриття інформації з метою поширення її серед громадськості в якій завгодно формі або яким завгодно способом щодо будь-яких свідчень, що будуть дані, або доказів, що будуть наведені”.

Попередній розгляд справи відповідача відбувся того ж дня, коли було видано наказ, і проходив у відкритому режимі, проте наказ вважався таким, що набув чинності. Відповідача було переведено до окружного суду штату, де його мали судити.

На той момент преса, радіо- і телеканали, видавці та індивідуальні репортери подали клопотання до окружного суду, попросивши його втрутитись і відмінити обмежувальний наказ. Окружний суддя задовольнив прохання клопотальників про втручання і чотири дні по тому, 27 жовтня 1975 року, видав власний обмежувальний наказ. Суддя постановив, що, „з огляду на природу злочинів, яких стосується скарга, існує безпосередня й очевидна загроза, що досудовий резонанс може зашкодити праву відповідача на справедливий суд”.

Наказ мав діяти лише до моменту завершення відбору журі; він конкретно забороняв клопотальникам торкатися в своїх повідомленнях таких п'яти тем: 1) існування або змісту зробленого відповідачем офіцерам правоохоронних органів зізнання, яке було долучено до справи у відкритому судовому засіданні, коли було висунуто обвинувачення; 2) факту або природу заяв, зроблених відповідачем іншим особам; 3) змісту записки, написаної ним у ніч вбивства; 4) деяких аспектів медичних свідчень під час попереднього слухання; і 5) осіб жертв гаданого сексуального нападу і природи нападу.

Наказ також забороняв повідомляти про конкретний характер самого наказу про нерозголошення.

Чотири дні по тому клопотальники спробували добитися призупинення наказу окружного суду і звернулися до Верховного Суду штату Небраска з проханням видати припис *mandamus*, призупинити наказ і терміново розглянути апеляцію щодо нього. Приблизно через місяць Верховний Суд штату Небраска заслухав усні аргументи сторін і через тиждень обнародував свою думку. 2 грудня 1975 року Верховний Суд штату Небраска заявив, що як суспільство, так і окремих відповідач мають життєво важливий інтерес у тому, щоб гарантувати, що справа відповідача розглядатиметься неупередженим журі, і постановив, що з огляду на громадський резонанс це право перебуває під загрозою. Верховний Суд штату Небраска відзначив, що закони штату вимагають, щоб суд над відповідачем розпочався впродовж шести місяців після його арешту, і що в разі перенесення розгляду справи до іншого регіону суд може відбутися тільки в суміжних графствах, в яких резонанс навколо справи по суті такий же, як і в тому графстві, де, як стверджується, стався злочин.

Верховний Суд штату Небраска вніс зміни до наказу окружного суду, заборонивши торкатися в

повідомленнях лише трьох тем: 1) існування або змісту будь-яких зізнань або визнань, зроблених відповідачем офіцерам правоохоронних органів; 2) будь-яких зізнань або визнань, зроблених будь-яким третім сторонам, за винятком представників преси; і 3) інших фактів, які можуть мати „серйозні наслідки” для звинуваченого.

4 грудня Верховний Суд Сполучених Штатів затребував матеріали справи, щоб розглянути важливі питання, про які йшлося в наказі суду першої інстанції, зміненому Верховним Судом штату Небраска, однак відхилив клопотання про терміновий розгляд або повне призупинення наказу суду першої інстанції на період процесу над відповідачем.

Суд проаналізував всі ті численні резонансні справи, які надходили на його розгляд раніше, в аспекті галасу навколо сенсаційних справ, починаючи з суду над Аароном Берром у 1807 році.

У думці більшості членів Суду, викладеній Верховним Суддею, було сказано:

„Взяті разом, ці справи демонструють, що досудовий резонанс – навіть всепроникний, негативний резонанс – не обов’язково призводить до необ’єктивного суду. На здатність кінець кінцем відібраного журі ухвалити справедливе рішення впливає тональність та сила резонансу, який до певної – і часто великої – міри формується тим, що адвокати, поліція та інші посадовці роблять для того, щоб пришвидшити висвітлення”.

Після багатослівного аналізу справи *Near v. Minnesota* та більш недавніх справ, пов’язаних з попередніми обмеженнями, Суд заявив:

„Через усі ці справи червоною ниткою проходить ідея, що попередні обмеження свободи слова та публікації є найсерйознішим та найменш терпимим порушенням прав, передбачених Першою поправкою. Кримінальне покарання чи вирок у справі про дифамацію перебувають під могутнім прикриттям запобіжних засобів, покликаних відкласти наслідки вироку до того моменту, коли всі можливості оскарження будуть вичерпані.

Натомість попереднє обмеження, з огляду на саме його визначення, веде до негайних і невідворотних санкцій. Якщо можна сказати, що загроза кримінальних або цивільних санкцій після публікації „охолоджує” висловлювання, то попереднє обмеження „заморожує” його принаймні тимчасово”.

Суд зауважив, що шкода може бути особливо значною, коли попереднє обмеження стосується повідомлення новин та коментарів щодо поточних подій, заявивши:

„Правдиві повідомлення про відкриті судові засідання перебувають під особливим захистом від подальшого покарання. З тих же причин захист від попереднього обмеження повинен бути особливо сильним у випадку повідомлень про кримінальне провадження, незалежно від того, ізольованим актом чи проявом кримінальної поведінки є злочин, про який йдеться”.

Суд вказав, що більшість альтернатив попередньому обмеженню публікації за таких обставин як ті, що характерні для даної справи, проаналізовані Судом і відкрито схвалені ним у рішенні в справі *Sheppard v. Maxwell*, і щодо даного конкретного випадку зазначив: „Немає підстав вважати, що альтернативні засоби не захистили б [права відповідача]...”.

Суд сказав, що усвідомлює, що йдеться про події в громаді, яка налічує 850 осіб, і зауважив:

„Розумно припустити, що якби жодні інформаційні повідомлення не публікувались і не

озвучувалися, то з вуст у уста почали б швидко поширюватися чутки. Можна лише робити припущення щодо точності таких повідомлень, враховуючи продуктивні характеристики чуток; вони цілком можуть виявитися шкідливішими, ніж розумно точні інформаційні повідомлення. Однак ясно, що цілу громаду не можна утримати від обговорення теми, яка безпосередньо торкається життя в ній”.

Верховний Суддя, цитуючи рішення у справі *Murphy v. Florida*, відзначив, що справи, рішення в яких приймав Суд, „не можна вважати такими, що свідчать на користь припущення, що саме лише ознайомлення присяжних з даними щодо колишніх судимостей відповідача в суді штату або з інформаційними повідомленнями про злочин, у вчиненні якого його звинувачують, презумптивно позбавляє відповідача належного судового процесу”.

Скасовуючи ухвалу в цій справі Верховного Суду штату Небраска, Суд в одностайній думці заявив:

„Ми підтверджуємо, що гарантії свободи висловлювання не є абсолютною заборонаю за будь-яких обставин, проте бар’єри перед попереднім обмеженням залишаються високими, а презумпція проти його використання непорушною. Ми постановляємо, що стосовно наказу, який фігурує в цій справі і яким забороняються повідомлення або коментарі щодо судових засідань, які проходять відкрито, бар’єри не було знято; у тій частині, в якій цей наказ обмежив публікацію таких матеріалів, він вочевидь є недійсним”.

Суддя Вайт у згідній думці написав:

„Однак я мушу додати, що з причин, про які веде мову сам суд, я маю серйозні сумніви, що накази стосовно преси на кшталт того, який фігурує в цій справі, можуть хоч коли-небудь бути виправданими...”

Роль добровільних директив стосовно відносин між пресою та адвокатами

У рішенні в справі Пресової асоціації штату Небраска Верховний Суд схвально відгукнувся на спробі розробити добровільні директиви для судів, адвокатів, преси і радіо-та телеканалів. У попередніх, – тих, що передували наказові про витребування, – матеріалах справи, які дістала назву *Nebraska Press Association v. Stuart*, суддя Блекман (Blackmun) відіслав Верховний Суд штату Небраска до визначення, даного судом того ж штату, згідно з яким добровільні директиви щодо взаємин між пресою та адвокатами є „добровільними”, а жодні такі добровільні директиви не можна владою суду зробити обов’язковими.

Однак Верховний Суд штату Вашингтон у 1981 році в рішенні у справі *Federated Publications Inc. v. Swedberg*, прийнятому п’ятьма глосами проти чотирьох, постановив, що доступ преси до досудових слухань може бути обумовленим згодою репортерів дотримуватися „добровільних” директив штату щодо взаємин між пресою та адвокатами. Рішення було прийнято у зв’язку з попереднім слуханням справи про вбивство у місті Беллінгамі, штат Вашингтон, що мало стосунок до вбивств, скоєних „гілсайдським душителем” у районі Лос-Анджелеса. Судді Верховного Суду охарактеризували наказ суду нижчої інстанції як „доброчесну спробу узгодити інтереси відповідача та преси...”. Далі вони висловили думку, що наслідком підписання документа було моральне зобов’язання, а не поява ордеру, що вимагає правового втілення.

17 травня 1982 року Верховний Суд Сполучених Штатів відмовився, при сімох голосах „за” та двох „проти”, розглядати апеляцію „Федерейтед Паблікейшенз”.

Наслідки справи преси штату Небраска

Після рішення 1976 року в справі Пресової асоціації штату Небраска були сподівання, що надалі обмежувальні накази щодо повідомлень преси про події в залі суду не видаватимуться. Проте менш ніж через рік питання знову потрапило на розгляд Верховного Суду. Справа виникла в штаті Оклахома, коли окружний суд видав наказ, який забороняв новинним ЗМІ „публікувати, транслювати або поширювати у будь-який спосіб [інформацію про] ім'я або фотографію неповнолітньої дитини” у зв'язку зі справою, яка стосувалася такої дитини і розглядалася тоді у підлітковому суді. Репортери були присутні в залі суду на більш ранньому слуханні, і ім'я та фотографія хлопчика з'явилися в місцевій пресі та на телебаченні.

Цитуючи рішення у справах *Nebraska Press Association v. Stuart* та *Cox Broadcasting Corp. v. Cohn*, Верховний Суд США в своїй ухвалі в цій справі нагадав, що в рішенні у справі *Cox Broadcasting* Суд постановив, що штат не може накладати санкції за точну публікацію імені жертви зґвалтування, „яке було публічно розкрито у зв'язку з судовим переслідуванням за злочин”. У зазначеній справі репортер дізнався про особу жертви з дослідження обвинувачень, з яким секретар суду дав можливість ознайомитися в залі суду під час перерви у слуханні справи проти згодних гвалтівників.

У рішенні в справі *Cox Broadcasting* Суд дав чітко зрозуміти, що пресі не можна забороняти „публікувати правдиву інформацію, розголошену перед публікою в офіційних матеріалах суду”. Цей принцип було підтверджено рішенням у справі Пресової асоціації штату Небраска.

Суд у рішенні в оклахомській справі заявив, що ім'я та фотографія підлітка „були публічно розкриті у зв'язку з судовим переслідуванням за злочин”, подібно до того, як ім'я жертви зґвалтування в справі *Cox Broadcasting* було повідомлено публіці. За таких обставин, постановив Суд, наказ окружного суду обмежував свободу преси.

Справа Сема Шеппарда

Аллісон Габер (Allison Haber), Рену Канур (Renu Kapur), Брасн Перрі (Brian Perry), Джейсон Шварц (Jason Schwartz)

Справа Сема Шеппарда стала прикладом судового процесу, в якому тон задавала громадськість; зокрема, преса просто шаленіла. Пікантні подробиці справи, в якій фігурувала красива жертва вбивства та її високоосвічений чоловік, котрий стверджував, що брутальний злочин вчинив якийсь загадковий незнайомиць, а також загальна атмосфера сенсаційності навколо справи, – все це посприяло нагнітання пресою істерії. Ілюстрацією здатності преси розпалювати пристрасті служить газетна передовиця про доктора Шеппарда. У передовиці стверджувалося, що Шеппарда, „[о]крім поверхового опитування під час проведеного корнером Семом Гербером (Sam Gerber) дізнання, не піддано жодним офіційним допитам” (Van Alstyne, 90). Заголовок цієї передовиці – „Чому Сем Шеппард не в тюрмі?” – чітко вказує на упередженість проти доктора Шеппарда. Це типовий приклад необ’єктивності в ставленні до справи. Безсумнівно, широкомасштабний вплив преси став одним з чинників, що позбавили доктора Шеппарда можливості реалізувати своє право на об’єктивний розгляд його справи присяжними з числа рівних йому громадян.

Нападки з боку ЗМІ не були б такими розгнуданими, якби не неспроможність суду пригасити роздуте ЗМІ полум’я сенсаційності. Попри широкий резонанс та громадську думку, налаштовану проти доктора Шеппарда, суддя Кларк (Clark) так і не прийняв рішення ізолювати присяжних і не проінструктував їх, щоб вони нехтували будь-якою інформацією ззовні. „Хоча його брехню доведено, він все ще вільний займатися своєю професійною діяльністю, перебуває під прикриттям своєї сім’ї, захищений вправним адвокатом, котрий пошив у дурні поліцію та владу, іноді носить із собою зброю і може робити все, що йому заманеться” (Van Alstyne, 90). Наведена цитата, запальні слова якої змальовують Шеппарда як чарівливого гульвісу з пістолетом, котрий перехитрив недалекоглядну поліцію, гарантовано налаштовувала громадську думку проти звинуваченого. Здатність ЗМІ формувати думки і навіть змінювати саму об’єктивну реальність, як це було під час першого суду над О.Дж. Сімпсоном, а також під час більш недавнього „суду над служницею” (Au Pair trial), показує, наскільки обережними мають бути ЗМІ, коли ведуть мову про вину або невинність будь-якої звинуваченої особи. Висвітлюючи хід процесу над Шеппардом, ЗМІ не змогли й не схотіли дистанціюватися від подій на суді, відмовившись від ролі неупередженого спостерігача й літописця, що працює задля блага громади. Типовий кодекс поведінки новинної організації містить положення на кшталт такого: „У своїх програмах ми зобов’язуємося додержувати найвищих стандартів якості, чесності й правдивості. Всі службовці повинні докладати максимум зусиль, щоб гарантувати, що в ефірі не прозвучить хибна, оманлива або брехлива інформація” (TVSD).

Хоча засобам масової інформації, які є рупором громадськості, важко бути об’єктивними, проте саме це конче вимагається від них, коли йдеться про людське життя, як у випадку суду в справі про убивство. Запальна риторика на адресу доктора Шеппарда та суду над ним, наприклад, така: „Вивчайте обличчя, скільки забажаєте. Ніколи не знайдете й натяку на те, якою має бути відповідь” (Van Alstyne, 91), мала на меті не допустити, щоб присяжні й журі в цілому повірили в невинність Шеппарда. Сумарна вага упередженості ЗМІ проти доктора

Шеппарда визначила „забарвлення” майбутнього складу журі. Безсумнівно, така „забарвленість” складу журі стала одним з чинників, що призвели до вочевидь необ’єктивного суду над Шеппардом.

Неспроможність суду, в особі судді Кларка, стримувати енергійність ЗМІ стала очевидним провалом судової системи. Так, „суд не може контролювати кожного” (Van Alstyne, 92), а досудовий резонанс перебував за межами компетенції суду, проте суддя Кларк не вжив заходів з метою зменшення впливу ЗМІ в судовому залі, в якому він розпоряджався. Хоча представників ЗМІ й не впускали до самого залу, проте вони мали вільний доступ до всіх присяжних, зокрема могли фотографувати їх персонально і публікувати знімки. Крім того, під час наради журі геть усі присяжні мали доступ до різних газет, що безперечно вплинуло на їхні думки щодо справи Шеппарда. Тож не дивно, що в атмосфері безжального й упередженого медіа-висвітлення перебігу судового процесу доктора Шеппарда було визнано винним у вбивстві його дружини.

Сьогоднішні ЗМІ краще обізнані з питаннями етики, чесності й обов’язку журналістів залишатися безсторонніми. Більшість новинних організацій запровадили для своїх співробітників кодекс поведінки, якого ті мають дотримуватися, залишаючись на позиції незацікавленого спостерігача. „Уся професійна діяльність співробітників повинна здійснюватися в цілковитій відповідності до духу й букви всіх застосованих законів та правил, а також політик та процедур, визначених у [документі під назвою] „Чесність: дух та буква наших зобов’язань”. Крім того суди почали виявляти набагато чутливіше ставлення до захисту прав відповідачів у кримінальних справах такого роду. Компанія розраховує на те, що кожен співробітник служитиме їй добросовісно, розсудливо й чесно” (TVSD). Один з аспектів роботи на новинну організацію полягає в тому, щоб підтримувати образ її як збиральниці новин, виконуючи функцію репортера, але не обов’язково формувальника думок. Як тільки новинні організації стають, як під час розгляду справи доктора Шеппарда, фокальною точкою подій замість того, щоб просто повідомляти про них, громадськість втрачає довіру до неписаної угоди між собою та ЗМІ. Ця угода – про те, що громадськість покладатиметься на ЗМІ як постачальників новин без цензури й викреслень, а ЗМІ матимуть довіру з боку громадськості, – визначає особливе становище ЗМІ, які водночас є і критиком Істеблішменту, і однієї з його складових.

Нехтування цією угодою призвело до різких висловлювань на адресу ЗМІ у зв’язку з тим, що вони надто поспішають з висновками і беруть на себе роль „судді, присяжних і виконавця вироку” в кримінальних та цивільних справах. Прикладом цього є справа Ричарда Джуела (Richard Jewel). У 1996 році, після вибуху бомби на Площі свободи в Атланті, „Атланта Констіт्यूшен”, а слідом за нею й інші ЗМІ поклали на пана Джуела відповідальність за вибух, хоч і не існувало жодних доказів його вини. Попри те, що він був лише підозрюваним у розслідуванні, яке проводило ФБР, газети й телеканали зробили з Ричарда Джуела не лише головного підозрюваного, але й найімовірнішого виконавця злочину. Панові Джуелу довелося витримати шість місяців докучань та цькувань з боку ЗМІ, перш ніж ФБР зняло з нього підозру.

Передчасне судження ЗМІ щодо справи Ричарда Джуела змусило громадськість пристати на думку про те, що ЗМІ часто вдаються до надмірного тиску й іноді виявляють невинуватого надокучливість. Схильність преси брати на себе право робити остаточні висновки щодо висвітлюваних подій спричиняє зменшення довіри громадськості до мотивів, якими керуються

ЗМІ. Як бачимо на прикладі справи Шеппарда, коли ЗМІ „точать сокиру”, вони можуть бути доволі впливовою силою, спрямовуючи громадську думку і навіть впливаючи на тих, хто, як вважається, має поводитися бездоганно, зокрема на судових посадовців.

Якби ЗМІ, які висвітлювали судовий процес над Шеппардом, були зобов'язані додержувати кодексу на кшталт наведеного нижче, що його запровадила компанія NBC: „За нашої судової системи вердикти повинні ґрунтуватися на доказах, розглянутих у залі суду. Як наслідок, якщо ми збираємося повідомити інформацію, яка не може бути юридично прийнятною або представленою в суді, і ця інформація має прозвучати до того, як буде відібрано журі, то вона може спричинити упередженість судового процесу. Потенційний конфлікт між правом на справедливий суд та правом громадськості бути повністю поінформованою не можна вирішити за допомогою правил широкої дії. Натомість ми зобов'язані в кожній ситуації прагнути до справедливої рівноваги, розважливо оцінюючи конкретні обставини справи. Коли є сумніви, слід проконсультуватися з відповідним виконавчим продюсером, провідним редактором або іншим продюсером з правом нагляду, який далі може вирішити, що питання слід винести на розгляд директора Служби новин та Правничого відділу NBC” (TVSD), – то, скоріш за все, вдалося б в основному уникнути циркової атмосфери навколо процесу над Шеппардом. Як показує даний уривок, коли взято зобов'язання гарантувати справедливі й неупереджені повідомлення про судові справи, контингенти присяжних найімовірніше залишаться поза впливом позначеної упередженістю, скандальної інформації, сприятливої або несприятливої для позивача. Поняття об'єктивного судового розгляду справи журі, складеним з рівних відповідачів громадян, є стрижнем американської судової системи, і щоразу, коли якась інституція здатна негативно вплинути на реалізацію цього головного положення, вона повинна виявляти особливу обережність при здійсненні своїх повноважень.

На першому суді над доктором Шеппардом йому було висунуто обвинувачення у вбивстві дружини. Пізніші протести з приводу того, що ЗМІ неналежним чином вплинули на присяжних та суддю, котрий вів процес, дали поштовх до оскарження первісного вироку на підставі того, що суд був несправедливим і затьмареним провокуючим упередженістю резонансом. Результатом розгляду апеляції стало скасування первісного вироку. Доктора Шеппарда судили повторно і визнали невинним, тож його було звільнено з тюрми після десятилітнього ув'язнення.

Дієвий урок, що його ми маємо винести з судів на Шеппардом, полягає в тому, що увага з боку ЗМІ, яка може стати прожектором, необхідним для того, щоб освітити й розкрити приховані факти, може також надати невинуватої ваги пліткам, інсинуаціям та просто помилковим поглядам. Звичайно ж, ці речі надто суперечать тому, до чого прагне судова система при розгляді справ. Отже, слід виявляти велику обережність, коли вирішується питання про дозволені дії та доступ представників ЗМІ при висвітленні будь-якої ситуації в суді, пов'язаної з розглядом цивільної або кримінальної справи.

Що стосується ЗМІ, в порівнянні з початковими повідомленнями про справу Сема Шеппарда вони радикально змінили свою тональність щодо неї. Веб-сайт газети „Бікон Джорнал” розповів про обставини справи в серіалі з дев'яти частин. Кіт Макнайт (Keith McKnight) написав дві статті, про зміст яких розповідається нижче, – „Сем Шеппард вів дві битви” та „Шеппард йде до суду за іншої правничої ери”.

5 липня 1954 року „Бікон Джорнал”, одна з клівлендських газет, помістила такий виклад подій, пов’язаних з убивством у сім’ї Шеппард. „КЛІВЛЕНД: Злодій, котрий крав дорогоцінності, в неділю забив на смерть дрючком дружину доктора-мешканця передмістя, коли вона виявила його у себе в будинку, і завдав серйозних поранень її чоловікові, коли той прийшов їй на допомогу. Доктора Сем’юела Шеппарда було доставлено до лікарні в Бейв’ю з пораненнями голови та шиї” (McKnight, 7/1/96). Доктор Шеппард розповів поліції про те, що боровся в своєму будинку з патлатим чоловіком, поки не втратив свідомості після удару нападника. Перші повідомлення щезли б у глибинах історії, якби поліцейські повірили розповіді доктора Шеппарда. На жаль, вони зосередили всю свою увагу на ньому як на єдиному підозрюваному.

Як сказав хтось, поліцейські були такими ж винними, як і ЗМІ, в тому, що навколо суду в справі про убивство в сім’ї Шеппард було створено циркову атмосферу. ЗМІ підхопили підозри поліції і почали друкувати будь-яку, без винятків, інформацію, яка могла зіпсувати й справді зіпсувала життя Семові Шеппарду. Вони повірили словам детектива Роберта Шоттке (Robert Schottke), коли той сказав: „Я вважаю, що саме ви вбили свою дружину”, і надрукували цю заяву в пресі. Газети й телебачення запитували, навіщо докторові, якщо він не винний ні в чому, для захисту потрібен адвокат, що спеціалізується на кримінальних справах, такий як Вільям Корріган (William Corrigan). Однак то був лише початок.

7 липня 1954 року інформаційні агенції розповсюдили повідомлення, в якому говорилося: „Після вбивства, що трапилося в неділю, доктор Шеппард усамітнися в лікарні свого батька в передмісті Бей Віллідж, даючи поліції лише туманні й іноді суперечливі пояснення” (McKnight, 7/2/96).

Прокурор у цій справі відчув, що йому вже час звернутися до газет, і зробив заяву для громадськості: „За ті 23 роки, що я пропрацював прокурором, я ще ніколи не зустрічався з настільки кричущою брехнею, як та, що з приводу даної справи поширюється сім’єю доктора Сема Шеппарда” (McKnight, 7/2/96). Це показало настрої прокуратури – вона спробувала, і цілком успішно, добитися, щоб громадськість схвалила зраду нею інтересів Сема Шеппарда. Щоб виграти справу в суді, прокуратура спочатку повідомила про притягнення Сема Шеппарда до суду через газети.

Намагаючись склепати справу про убивство, поліція та преса вирішили, що історія не могла обійтися без сімейних проблем. І тут на сцені з’явилася Сьюзен Хейз. Вона визнала, що мала зв’язок з Семом Шеппардом, тож тепер поліція та ЗМІ мали доказ, що Шеппард двічі збрехав – один раз щодо зв’язку з нею і ще один раз під присягою. У дев’ятисерійному матеріалі на веб-сайті „Бікон Джорнал” про це сказано дуже влучно: „Тривали пошуки інших коханок, і невірність Сема Шеппарда стала можливою причиною вбивства. Три клівлендські газети вийшли на „червоний рівень” пильності, і облога з боку ЗМІ, яка тривала й під час тодішніх різдвяних свят, призвела до судового процесу, що його Верховний Суд США охарактеризував як бедлам, „тому що навколо нього був величезний, всепроникний, сповнений упередженості резонанс” (McKnight, 7/2/96).

Шериф графства Куяхога Джозеф Свіні (Joseph Sweeney) навіть заявив нині вже не існуючій газеті „Клівленд Прес”, що за 51 рік роботи в поліції йому ще ніколи не доводилося бачити „кращого приховування”. Вочевидь публікації таких заяв унеможливили неупереджене представлення матеріалів справи майбутнім присяжним. Найгірша й найбільш пройнята

упередженістю інформація, яка зруйнувала реноме Сема Шеппарда в очах громадськості, містилася в передовицях, опублікованих трьома клівлендськими газетами. Згадана вище нині вже не існуюча „Клівленд Прес” писала: „Слідчі органи повільно розпочали свою роботу, рухаючись на дотик, виявляючи незграбність при проникненні через вибудовані сім’єю захисні бар’єри і з набагато меншою наполегливістю, ніж це слід було робити, розшукуючи підказки, сліди та докази”(McKnight, 7/2/96). Редактор зазначеної газети Луїс Б. Селцер (Louis B. Seltzer) пізніше очолив кампанію критики ведення справи Шеппарда в пресі. 20 липня 1954 року він написав передовицю під назвою „Комусь убивство сходить з рук”, в якій розповів про те, яким чином, на його думку, Шеппард намагався обдурити громадськість. Наступного ж дня „Клівленд Ньюз” зазначила: „Ми змушені звернути увагу на те, що доктор Шеппард відхилив пропозиції пройти тест як на детекторі брехні, так і з допомогою „сироватки правди” і погодився відповісти на запитання тільки тоді, коли його сім’я та адвокат вирішили, що він здатен зробити це” (McKnight, 7/2/96).

Найнеймовірніше, що самим газетам і ЗМІ зійшла з рук поведінка їхніх представників під час публічних слухань справи. Слухання, які показувало національне телебачення, проводив коронер Сем’юел Р. Гербер. „Клівленд Прес” повідомляла: „Більш ніж 200 глядачів, переважно домогосподарки Бей Вілліджа, аплодували, коли Вільяма Коррігана, адвоката доктора Сема, було силою виведено з залу після його енергійних наполягань на тому, що він має право вносити зауваження до стенограми. Коронера Сем’юела Р. Гербера, котрий віддав наказ про видворення Коррігана, присутні обнімали, цілували й вітали, коли він оголосив перерву в триденних слуханнях, які мають пізніше відновитися в будинку моргу графства” (McKnight, 7/2/96).

Неймовірно, але факт: впродовж п’яти годин цей коронер, котрий не був юристом, обстрілював Шеппарда питаннями й примушував його відповідати на них за відсутності його адвоката. Ні за яких обставин не можна було допустити такого, особливо за умов телевізійної трансляції. Ця подія показала, що в своєму графстві Сем Шеппард ніяк не зможе добитися об’єктивного розгляду своєї справи. Та ще гірше те, що „Клівленд Прес” написала, наскільки несправедливим, на думку громадян, є те, що Шеппард, якого підозрюють у вбивстві, так довго перебуває на свободі. Пізніше того ж дня Шеппарда заарештували.

Неможливо збагнути, як могло трапитися, що засобам масової інформації зійшла з рук така несправедливість. Справу Сема Шеппарда ніяк не міг розглядати об’єктивний суд, якщо взяти до уваги, на що перетворили її журналісти й телестанції Клівленда та навколишнього регіону. Про силу впливу преси свідчить те, що окружний суддя США Карл Вейнман (Carl Weinman) в день початку суду опублікував передовицю під назвою “Хто говоритиме від імені Мерілін?”, в якій він „буквально верещав” про необхідність засудити Сема Шеппарда. З огляду на увагу до справи з боку ЗМІ, преси, а тепер ще й федерального судді, не дивно, що Сема Шеппарда було визнано винним в убивстві другого ступеня його дружини.

Наприкінці цього розділу важливо навести заяву для „Бікон Джорнал”, зроблену Дороті Кілгаллен (Dorothy Kilgallen), ведучою рубрик у газетах Нью-Йорка. „[Кілгаллен] сказала, що її викликали до кабінету [судді, що головував на процесі, Едварда] Блайтіна (Blythin), щоб вона задовольнила цікавість судді щодо того, чому вона раз по раз літає з Нью-Йорка до Клівленда й назад, щоб спостерігати за розглядом справи про убивство: „Я сказала: „Ну, в ній є всі інгредієнти того, що в газетному бізнесі називають гарним убивством. В ній є дуже приваблива

жертва, яка була вагітною, а звинувачений – дуже важливий член громади, шанований і дуже привабливий чоловік. Я ще сказала: „А крім того, ви маєте факт загадковості того, хто це зробив”. А суддя Блайтін сказав: „Загадковість? Цю справу відкрито й закрито”. За словами Кілгаллен, коли вона попросила пояснити, що він мав на увазі, суддя відповів: „Ну, він достобіса винний. Тут немає про що й питати”. Кілгаллен сказала, що розмова відбулася на перший день суду, який тривав дев’ять тижнів” (McKnight, 7/2/96).

14 липня 1964 року, майже через десять років після подачі доктором Шеппардом останньої апеляції до Верховного Суду, його справа знову впливла на поверхню. Цього разу Шеппард подав позов проти Е.Л. Максвела (E.L. Maxwell), начальника тюрми в Огайо, в якій перебував Шеппард, вимагаючи видати наказ habeas corpus, тобто наказ про звільнення незаконно ув’язненої особи (*Sheppard v. Maxwell*, 231 F. Supp. 37). Цю справу розглядав окружний суд Сполучених Штатів у південному окрузі штату Огайо. Цей суд встановив, що клопотальник, доктор Шеппард, „був позбавлений свого конституційного права на справедливий суд” (*Sheppard v. Maxwell*, 231 F. Supp. 37, 72, S.D. OH 1964). Суд вказав на п’ять конкретних порушень конституційних норм: відхилення клопотання про перенесення розгляду до іншого регіону з огляду на несприятливий резонанс як до суду, так і після нього; нездатність вибрати й зберегти об’єктивне журі після того, як суд дав можливість пресі впливати на уявлення присяжних; нездатність судді, що вів процес, взяти самовідвід з огляду на його наперед сформовані уявлення про звинуваченого; неналежне врахування згадки про тест на детекторі брехні як частини свідчення; та несанкціоноване спілкування між присяжними й зовнішніми джерелами під час нарад журі. Суд дійшов висновку, що „вердикт і вирок, згідно з яким клопотальник-відповідач [утримується] під вартою, недійсний”, а оскільки Шеппард уже провів в ув’язненні майже десять років, його має бути звільнено. Суд надав Максвелові та штату Огайо шістьдесят днів для подальших процесуальних дій щодо цього рішення. Якби штат не вчинив жодних дій упродовж шістдесятиденного періоду, звільнення клопотальника стало б „остаточним і безумовним” (231 F. Supp. 37, 72).

Упродовж наданого йому обмеженого проміжку часу штат удався до процесуальних дій, подавши 5 травня 1965 року апеляцію на рішення окружного суду до апеляційного суду Сполучених Штатів у шостому окрузі. Цей суд скасував рішення суду нижчої інстанції і надав „інструкції щодо виконання припису й повернення клопотальника до місця ув’язнення” (*Sheppard v. Maxwell*, 346 F. 2d 707, 6th Cir. 1965). Апеляційний Суд зауважив, що справа мала резонанс, проте наказ про звільнення Шеппарда не містив достатніх доказів, що суд над ним був неконституційним. Наказ Максвела відпустити ув’язненого на свободу діяв дуже недовго. Було прийнято ухвалу про подальше відбуття довічного ув’язнення.

Шеппард не зупинився після цього прикрого для себе рішення. Він подав клопотання до Верховного Суду Сполучених Штатів, і 28 листопада 1966 року Шеппард знову почав викладати свої аргументи на користь необхідності видачі наказу habeas corpus. Головне питання під час розгляду апеляції стосувалося того, чи було Шеппарда позбавлено права на справедливий суд вироком суду його штату, який визнав його винним у вбивстві другого ступеня його дружини, внаслідок того, що суддя, який вів процес, виявився нездатним достатньою мірою захистити Шеппарда від величезного, всепроникного й сповненого упередженості резонансу, яким супроводжувалося його судове переслідування (384 U.S. 333).

Щоб прийняти вивірене рішення, Верховний Суд уважно вивчив усі події навколо справи

Шеппарда. Спочатку Суд оцінив діяльність преси. Навіть ще до того як Шеппарда було формально звинувачено у вбивстві його дружини, ЗМІ дістали дозвіл на доступ до доказів. „Газетним фотографам та репортерам було дано дозвіл час від часу навідуватися до будинку Шеппарда і робити знімки в приміщеннях” (384 U.S. 333, 336). Того дня, коли Шеппарда повісткою було викликано до суду, де він мав відповісти на запитання, пов’язані зі смертю його дружини, ЗМІ одержали дозвіл бути присутніми на слуханні і записувати його на плівку. Їм навіть було дозволено спостерігати за тим, як поліція його обшукує. Також під час цього опитувального слухання коронер штату ставив Шеппарду запитання впродовж п’яти з половиною годин, часто зосереджуючись на його позашлюбному зв’язку з Сьюзен Хейз. Хоча подружжя невірність була надзвичайно табуованою темою в 1950-і роки, преса використала це як один з доказів вини Шеппарда.

Найшкідливіша й найбільш несправедлива практика преси була пов’язана з тим, що їй дозволили розповідати в статтях про докази й висловлювати власні оцінки щодо вини Шеппарда. В принципі, ЗМІ дістали дозвіл замінити того, хто, згідно з нашою судовою системою, має приймати рішення щодо фактів. Наприклад, газети повідомляли, що всі інші „підозрювані виявилися „чистими” після проходження тестів на детекторі брехні” і що було незрозуміло, чому „невинна людина має відмовлятися пройти такий тест” (384 U.S. 333, 339). У дійсності Шеппард не хотів проходити тест на детекторі брехні тому, що результати цього тестування не визнаються такими, що мають вирішальне значення. Суддя дозволив долучити інформацію щодо відмови від тестування на детекторі брехні до числа фактичних доказів на підтримку звинувачення. Ще одне важливе інформаційне повідомлення, яке було опубліковано, стосувалося результатів аналізу крові. Один з детективів, що розслідував цю справу, на прізвище Макартур (McArthur), сказав одній газеті, яка потім опублікувала його слова, що „в результаті проведених у будинку Шеппарда наукових аналізів беззаперечно встановлено, що вбивця змив сліди крові, які йшли зі спальні, де сталося вбивство, до нижнього поверху” (384 U.S. 333, 340). Це поставило під сумнів розповідь Шеппарда про убивство і таким чином вплинуло на публіку, дискредитувавши його свідчення. Дані „наукових аналізів”, про які говорив детектив Макартур, не були долучені до числа доказів на суді. На момент, коли Верховний Суд вивчав питання про діяльність ЗМІ, пов’язану зі справою Шеппарда, існувало „п’ять томів, заповнених подібними ж вирізками з кожної з трьох клівлендських газет за період між вбивством та визнанням Шеппарда винним” (384 U.S. 333, 342).

Найгіршим результатом широкого й шаленого резонансу став вплив на журі. Імена майбутніх присяжних публікувались у пресі. Як наслідок, „анонімні листи й телефонні дзвінки, а також дзвінки друзів з приводу судового процесу, що мав розпочатись, одержували всі майбутні присяжні” (384 U.S. 333, 342). Ті ж проблеми тривали й після того, як дванадцяттеро присяжних фактично зібралися. Одна радіостанція передала дуже сумнівну інформацію, і в результаті адвокат захисту попросив, щоб суддя запитав, скільки членів журі чули цю передачу. Суддя відхилив клопотання й заявив таке: „Ну, я не знаю; так чи інакше, ми не можемо заборонити людям слухати її. Це питання свободи слова, і суд не може контролювати кожного... Ми не збираємося надокучати журі щоранку... Я довіряю цьому журі” (384 U.S. 333, 347). Суддя дозволив продовжувати цю неетичну практику, хоча й знав, що зовнішня інформація може вплинути на присяжних.

Верховний Суд зауважив, що суддя, який вів процес, ретельно не розглянув можливості вжиття

інших заходів з метою зменшення обсягу провокуючих упередженість матеріалів ЗМІ і захисту журі від зовнішніх впливів. Суддя повністю знехтував застереженнями адвоката захисту і фактично дозволив ЗМІ вести процес. Суддя також мав заборонити посадовцям робити конфіденційні заяви в пресі. Суд дійшов висновку, що суд над Шеппардом не був об'єктивним. Згідно з Чотирнадцятою поправкою, всім особам гарантовано належний судовий процес відповідно до закону. Це поняття передбачає зокрема й те, що звинувачений повинен мати право на справедливий розгляд своєї справи неупередженими присяжними, захищеними від зовнішніх впливів. Суд вказав на різні засоби, за допомогою яких суддя міг обмежити резонанс. Він міг передати справу до суду іншого регіону, відкласти її розгляд на пізніший час, з тим щоб ЗМІ припинили свої жахливі нападки на звинуваченого, або ж прийняти рішення про проведення нового судового процесу. Він також не повинен був дозволити зовнішнім впливам досягати журі. Цього можна було добитися шляхом ізоляції присяжних. Верховний Суд насамкінець вирішив, що „суддя, який вів процес, не виконав свого обов'язку захистити Шеппарда від природно провокуючого упередженість резонансу, яким пройнялась уся громада, і тримати під контролем руйнівні впливи в залі суду”, а тому скасував рішення про відхилення клопотання про видачу наказу habeas corpus (384 U.S. 333, 363). Шеппарда нарешті було звільнено з тюрми, проте він встиг відсидіти в ній більше десяти років.

Перемога, яку Сем Шеппард здобув у залі суду, в дійсності ніколи не перетворилася на публічне виправдання – принаймні не в Клівленді, адже, як було сказано в заголовку „Клівленд Прес”, там вважали, що доктору Сему Шеппарду „убивство зійшло з рук”. Останні роки життя Сема Шеппарда мало нагадували щасливий кінець, що його сценарист передбачив для доктора Кімбла. Кілька поколінь любителів телебачення та кіно знають, що доктор Ричард Кімбл не забив свою дружину на смерть дрючком у фільмі „Втікач”. Зрештою, історія Кімбла закінчується, коли без вини звинувачений чоловік ловить справжнього вбивцю своєї дружини – однорукого чоловіка. Шеппардові повезло менше. Для Сема Шеппарда, який став реальним прототипом Кімбла, історія закінчилася більш трагічно. Йому так і не вдалося позбавитися образу вбивці дружини. „Щоразу, коли він заходив до ресторану, люди одразу масово виходили з приміщення, говорячи: „Я не залишуся в одній кімнаті з чоловіком, який вбив свою дружину”, – розповідав син доктора Шеппарда (Sanz, 4/8/96).

Після визнання Сема Шеппарда винним у 1954 році його втрати продовжували зростати. Його мати та тесть покінчили життя самогубством, відповідно, в 1955 та 1963 роках. Етель Найлз Шеппард (Ethel Niles Sheppard) застрелилася. Його батько, доктор Ричард Аллен Шеппард, патріарх провідної клівлендської династії лікарів-остеопатів, помер від кровоточивої виразки шлунку та раку шлунку через 11 днів після смерті своєї дружини. Єдина причина, чому мій батько тоді вижив, полягала в тому, що був живий я”, – розповідав Сем Р. Шеппард. „Його життя втратило сенс після смерті його матері й смерті моєї матері. І до останнього свого дня він любив мою матір” (McKnight, на сайті 10/15/97).

Зв'язок між батьком та сином підтримувався за допомогою щомісячних візитів до старої похмурої тюрми біля ділового центру міста Колумбус і величезної кількості листів, кожен з яких закінчувався кодовими літерами, які вони придумали для себе, – „V.Q.P.”, від „Vincit Qui Patitur”, що в перекладі з латинської означає „Перемагає той, хто терпить”. На момент звільнення Шеппарда з тюрми в 1964 році, тим більше на момент другого суду над ним, що завершився виправданням, його син Сем Різ Шеппард (Sam Reese Sheppard) вже не був

дитиною. Він став 19-літнім студентом коледжу при Бостонському університеті. „Ми пройшли повз один одного, як два метеорити, шляхи яких перетнулися, – сказав син в одному з інтерв'ю, – ми обидва дуже сподівалися, що справи налагодяться, ми були щасливі й бажали один одному успіху, проте він застиг у часі. Він хотів бачити 8-річну дитину, я ж саме входив у стадію змузніння” (Nathan, 26).

Життя його було розбите вщент, і Сем Шеппард почав багато пити. Два позови щодо лікарської недбалості примусили його облишити медицину, і зрештою йому довелося змиритися з безчестям, так що останню частину свого життя він провів, працюючи професійним борцем на прізвисько „Вбивця Шеппард” (McKnight, на сайті 10/15/97). Вийшовши з тюрми, Сем Шеппард одружився на Аріані Теббенйоганнс (Ariane Tebbenjohanns), жінці з Західної Німеччини, з якою він листувався і яка стала для нього більш ніж товаришем по листуванню. Втім, його шлюб з Аріаною тривав лише два роки й закінчився 1968 року. В телефонному інтерв'ю з Німеччини вона сказала: „Я розлучилася з ним лише тому, що хотіла привести його до тями й примусити його припинити вживання транквілізаторів; інакше ми ніколи б не розлучилися”. Проте вона сказала, що ніколи не переставала вірити в його невинність. І на це була, крім усього іншого, одна проста причина: „Це був чоловік дуже атлетичної статури”, – сказала вона. „Він був дуже сильним. Якби Сем убив її, він убив би її двома ударами” (Nathan, 26). 6 квітня 1970 року, після багатьох років сильної пиятики, доктор Сем Шеппард, життя якого було вщент зруйноване, помер у віці 46 років.

Упродовж 41 року спогади гнітять Сема Різа Шеппарда, якому було лише 7 у 1954 році, коли його 31-літню матір Мерілін було вбито. Він ясно пам'ятає, як його витягли з ліжка й хутко провели повз спальню матері, де залишалося її понівечене тіло, та повз ряди репортерів і фотографів, які чекали у дворі. „Там була невеличка купка людей, і лампи-спалахи різонули мене по очах, – розповідає він. – Це дуже чіткий спогад”. Він більше не бачив своєї матері. Йому не дозволили побувати на її похоронах через нашість представників ЗМІ. І лише одного разу, в супроводі поліції, йому дозволили ввійти в дім – ненадовго, щоб зібрати необхідний одяг (Sanz, 4/8/96). Сема відвезли до старшого брата його батька Стіва Шеппарда (Steve Sheppard); тієї осені він пішов до другого класу, а згодом почав пристосовуватися до умов дорослого життя. Не дивно, що Сем Різ Шеппард мав проблеми з пошуками свого шляху: після двох років навчання він кинув Бостонський університет і приєднався до антивоєнного руху, подорожуючи Європою на гроші, які дісталися йому у спадок від його дідуся по материнській лінії. Коли успадковані гроші закінчилися, Шеппард почав працювати в аеропорті „Логан” міста Бостона, наводячи ночами порядок у салонах літаків, а 1976 року одержав диплом дантиста-гігієніста.

Виснажений морально й фінансово, Різ Шеппард став самотником у віці трохи більше 20 років. Коли 1976 року Верховний Суд відновив смертну кару, повідомлення про вищу міру покарання роз'ятрили його колишні рани. „Я почав відчувати синдром пост-травматичного стресу і зрозумів, що для того, щоб позбавитись його, мені потрібно говорити про нього”, – розповідав він (Sanz, 4/8/96). Він також почав працювати на півставки помічником дантиста, щоб заробити гроші на оренду квартири, шини для велосипеда та струни для гітари. Газетне фото 1982 року, зроблене біля корпусу техаської тюрми, в якому утримуються засуджені до страти, відкрило йому його справжнє покликання. „Я побачив жінку та її двох молодих синів, які притулилися до тюремного паркану з колючим дротом, і уявив себе одним з тих двох синів, чий батько за

гратами”, – розповідає він. „Це було як удар в обличчя. Якби проблема страти постала переді мною у віці 14 або 16 років, я б не пішов туди. Я б помер або збожеволів” (Sanz, 4/8/96). Він почав подорожувати по країні і виступати проти смертної кари. Кілька років по тому він пройшов 1600 миль з Плімута, штат Массачусетс, до Нового Орлеана, щоб привернути увагу до справи, яку обстоював. Його особисте життя було менш прямолінійним. Роман, що тривав шість років, зазнав краху в 1981 році, оскільки Шеппард відмовився створювати сім’ю, тож він залишається одинаком. Сем Різ Шеппард казав, що розуміє, що його життя сповнене бурхливих емоцій, а тому мати дітей означало б виявити безвідповідальність” (Sanz, 4/8/96).

Сем Різ Шеппард завжди вірив у невинність свого батька і залишився незадоволеним виправданням батька, оскільки для вердикту про невинність достатньо лише розумної підстави для сумнівів. Він подавав позов проти штату, вимагаючи офіційного визнання того, що доктор Шеппард був невинним і несправедливо ув’язненим. Він твердо вирішив відновити добре ім’я своєї сім’ї й добитися реабілітації свого батька. Він знав і вірив, що батько невинний, але тоді хто ж убив його матір – це велике питання продовжувало дошкуляти йому.

Працюючи з Синтією Купер (Cynthia Cooper), юристом та журналістом, Сем Різ Шеппард спробував дати відповідь на це питання в новій книзі – „Глум над правосуддям: справжня історія справи про убивство в сім’ї Шеппард” (1995). У „Глумі над правосуддям” він не просто захищає свого батька, каже Сем Різ Шеппард, – він вважає, що йому вдалося вийти на слід гаданого вбивці його матері (Cooper, 1). Уважно вивчивши докази, повз які, як він стверджує, пройшла поліція й прокуратура, намагаючись якнайшвидше добитися звинувачувального вироку, він почав вірити, що справжнім убивцею його матері був „патлатий” чоловік, який вліз до будинку і, як стверджував доктор, напав на нього тієї ночі. 1995 року тести ДНК, проведені доктором Мохаммедом Тахіром (Mohammed Tahir), спеціалістом у галузі судової медицини з Індіанapolisа, вказали на наявність у спальні Мерілін Шеппард крові ще однієї людини крім крові жертви. Ці тести також вказали, що ДНК могло належати Ричарду Еберлінгу (Richard Eberling), колишньому мийнику вікон у будинку сім’ї, котрий з 1984 року відбуває тюремне покарання за інше вбивство. Еберлінг заперечує, що вбив Мерілін Шеппард (Quade, літо 97).

Шеппард переконав прокуратуру графства Куяхога (штат Огайо) порівняти ДНК крові, виявленої на місці вбивства, із зразком крові засудженого вбивці Ричарда Еберлінга, котрий колись мив вікна в будинку Шеппардів. Він також попросив проаналізувати вцілілі речові докази – волосини та волокна – за допомогою сучасних методів судової медицини. „Я хочу відновити добре ім’я нашої сім’ї”, – каже він. „Сорок два роки поганої преси – це надто вже довго” (Affleck, A3).

Сем Різ Шеппард розповідав, що попередні тести майже довели, що сімейний підсобний робітник Ричард Еберлінг убив його матір. Потрібна ексгумація, казав він, щоб зняти всі сумніви. У 1997 році тіло доктора Сема Шеппарда було ексгумовано і відправлено на тестування ДНК. Експерти перевірили 50 зразків, у тому числі шматочки кістки, волосся та шкіри, розповіла коронер доктор Елізабет Белрадж (Elisabeth Balraj). Останки було передано синові Шеппарда, котрий кремує їх і помістить поруч із останками його матері на кладовищі в Клівленді (Affleck, A3). Прийшовши на коротку зустріч з репортерами в окулярах, Шеппард подякував їм за те, що вони тримались осторонь, коли тіло виймали з-під землі. „Я відчуваю великий жаль – той великий жаль, який ЗМІ не дали мені можливості відчути, коли я був малою дитиною”, – сказав він, зауваживши, що не був присутнім на похоронах жодного з

батьків (Affleck, A3).

Доктор Мохаммед Тахір, знаний експерт у галузі судової медицини з Індіанополіса, порівняє ДНК зазначених зразків крові з плямою крові, виявленою біля дверцят стінної шафи в спальні пані Шеппард. Тахір використовує процес, відомий під назвою ДНК-ампліфікації, який часто застосовується для вивчення зразків, що розклалися. Сер Алек Джеффриз (Alec Jeffreys), британський експерт у галузі судової медицини, котрий винайшов метод ДНК-фінгерпринтингу в середині 1980-х років, описує процедуру як „взяття невеликої кількості матеріалу й створення копій та повторних копій у пробірці до тих пір, поки ви не матимете достатньої кількості для визначення типу”. Всі чотири перевірені зразки крові відповідають зразкам крові Еберлінга. „Це дуже складно з наукової точки зору, але по суті ми маємо таку відповідність крові [Еберлінга], яка зменшує до рівня 0,5 відсотків або навіть ще нижчого ймовірність того, що це міг бути хтось інший”, – каже він (Affleck, A3).

Клівлендський адвокат Террі Гілберт (Terry Gilbert), котрий представляв інтереси Шеппарда в цивільному позові, сказав, що сумнівається, щоб Еберлінга будь-коли судили за цей злочин. „Не бачу, яким чином когось можна судити за вбивство через 42 роки, коли більшість людей вже померли”, – заявив він. Це всього лише дає нам докази для цивільного провадження (Quade, літо 97). Хоча Сем Різ Шеппард може здобути до 2 мільйонів доларів, якщо виграє справу, він наполягає на тому, що його головною метою є відновлення доброго імені сім'ї.

Справа Сема Шеппарда є класичним прикладом того, як ЗМІ та жителі міста можуть відіграти роль у справі, що належить до компетенції правової громади. В даному випадку мешканці Клівленда зруйнували людську біографію, сім'ю та віру в невинність до проголошення винним. На жаль, ця справа вирішила долю, життя і смерть Сема Шеппарда. Хоча син бореться за його реабілітацію, народ Огайо все ще впевнений, – хай навіть докази свідчать про інше, – що саме Сем Шеппард убив свою дружину.

Бібліографія

Affleck, John. „Doctors Exhume Sam Sheppard's Body as Son Seeks to Clear Fathers Name”. Associated Press. 18 вересня 1997 р: стор. А3.

Cooper, Cynthia & Sheppard, Sam Reese. „Mockery of Justice: The True Story of the Sheppard Murder Case”.

McKnight, Keith. „Haunting Questions – The Sam Sheppard Case”. Beacon Journal Online – Special Projects. „Knight Ridder Newspaper” (на сайті 15 жовтня 1997 р.).

McKnight, Keith. „Sam Sheppard Fought Two Battles”. Beacon Journal. 1 липня 1997 р.

McKnight, Keith. „Sheppard Goes To Trial During Different Legal Era”. Beacon Journal. 2 липня 1997 р.

Nathan, Paul. „What Really Happened”. „Publishers Weekly”, 16 червня 1997 р.: стор. 26.

Quade, Vicki. „Presumed Guilty”. „Human Rights”, т. 24, № 3, літо 97 (на сайті 15 жовтня 1997 р.).

Sanz, Cynthia. „A Son's Crusade”. 8 квітня 1996 р.

State v. Sheppard. 100 Ohio App. 345 (Ohio Ct. of Appeals 1955).

Sheppard v. Maxwell, 231 F. Supp. 37 (United States District Court for the Southern District of Ohio 1964).

Sheppard v. Maxwell, 346 F. 2d. 707 (United States Court of Appeals for the 6th District 1965).

Sheppard v. Maxwell, 384 U.S. 333 (United States Supreme Court 1966).

„TVSD: News Policies and Guidelines”. 15 березня 1996 р.

Van Alstyne, William W. „First Amendment: Cases and Materials”. The Foundation Press, Inc. Westbury, Нью-Йорк, 1995: стор. 90-92.

<http://www.bsos.umd.edu/gvpt/gvpt339/sheppard.html>

Доповідь про діяльність Комітету судів Вашингтона з питань співпраці суддів, адвокатів та преси

Комітет з питань співпраці суддів, адвокатів та преси

Комітет з питань співпраці суддів, адвокатів та преси (The Bench-Bar-Press Committee of Washington, скорочено комітет ВВР) було засновано у 1963 році з метою сприяння кращому взаєморозумінню і співпраці між суддями, адвокатами та журналістами, які займаються висвітленням правових питань та подій у судах. Задача комітету – добитися максимального зменшення конфліктності між такими конституційними цінностями як „вільна преса” та „справедливий суд” за допомогою громадсько-просвітницьких заходів та напрацювання зв'язків.

Очолює комітет ВВР Верховний суддя Верховного суду штату Вашингтон; до складу комітету входять представники адвокатури, судової влади, правоохоронних органів та новинних ЗМІ. Комітет збирається у повному складі раз або двічі на рік, щоб проаналізувати стан відносин між різними зацікавленими сторонами і спланувати громадсько-просвітницьку та іншу роботу. Організуються спеціальні добровільні комітети, які займаються плануванням і виконанням громадсько-просвітницької та іншої роботи.

З моменту свого створення у 1963 році комітет ВВР реалізував кілька важливих проектів. Він став каталізатором процесу відкриття залів судів для трансляцій та фотографування у 1976 році. Комітет провів ґрунтовне дослідження і здійснив висвітлення шляхом трансляції справжнього кримінального суду, яке було представлено у формі сюжету телевізійних новин. Верховний Суд штату Вашингтон був настільки вражений досягнутим результатом, що одностайно ухвалив правило, згідно з яким телевізійні трансляції дозволялися на постійній основі в усіх залах судів штату Вашингтон. На той час Вашингтон був лише другим штатом у країні, в якому було санкціоновано телевізійне висвітлення слухань у залі суду.

Комітет підготував документ під назвою „Виклад принципів співпраці суддів, адвокатів та преси”; ці принципи не є зобов'язуючими, проте вони служать практичним керівництвом у взаєминах суддів, адвокатів та преси і покликані сприяти ефективнішій співпраці суддів, адвокатів та представників новинних ЗМІ.

Було створено спеціальний підкомітет комітету з питань співпраці суддів, адвокатів та преси – комітет зі зв'язків („Пожежна бригада”), покликаний сприяти вирішенню конфліктів, пов'язаних з висвітленням судових засідань. „Пожежна бригада” може вести перемови з будь-яким адвокатом, суддею або журналістом або діяти від його імені як посередник при вирішенні питань, що відносяться до проблеми „вільна преса – справедливий суд”. Численні успіхи „Пожежної бригади” переконливо доводять, що проблеми забезпечення справедливого суду можна зняти, не порушуючи прав вільної преси та права громадян на доступ до судового процесу.

Час від часу комітет також проводить просвітницькі семінари та відкриті дискусії з питань висвітлення судових процесів, які дають суддям, адвокатам та журналістам можливість поділитися своїми думками і встановити пряме спілкування між собою.

Комітет зі зв'язків між суддями, адвокатами та пресою („Пожежна бригада”)

У 2004 році „Пожежна бригада” займалася проблемами, що виникли в графствах Бентон/Франклін, Чілан, Клеллам, Грейз Харбор, Кінг, Кіттіас, Скейджіт та Терстон. Як правило, проблеми, пов’язані з фотографуванням та доступом до залу суду, розвивалися загалом за кількома звичними сценаріями. Більшість з цих проблем було розв’язано, а ті, вирішити які не вдалося, принаймні ставали предметними уроками для осіб, яких вони стосувались, або закінчувалися реєстрацією скарг „за фактом”, які не обов’язково мали виховне значення.

Певно, ще надто рано і надто мало даних для того, щоб точно визначити тенденції, однак, чорт забирай, ми встигли заприятелювати з достатньою кількістю журналістів, щоб назвати цей матеріал коротким викладом історії „Пожежної бригади”.

Фотокамери в суді. Доволі цікаво, що цього року, як видається, було менше інцидентів, пов’язаних з необгрунтованими або такими, що не супроводжувалися поясненнями, обмеженнями на фотографування в залі суду. Якщо сприймати цю інформацію з оптимізмом, то є спокуса висловити припущення, що розмови про очікувану поправку до правила GR 16 позитивно вплинули на совість тих, хто збирався запровадити такі обмеження. А якщо це саме так, значить, зміна правила вже почала давати бажані результати, які вимірюються меншою кількістю обмежень і більшим числом пояснень тих обмежень, які все-таки накладаються.

Продовжують виникати питання, пов’язані з фотографуванням та іншими видами діяльності ЗМІ в судових коридорах, особливо в старих будинках судів, де підсудних, які перебувають під арештом, доводиться ескортувати через ті ж доступні для публіки проходи, через які йдуть і присяжні. У таких випадках починаються цілком зрозумілі з’ясування того, хто має „більше прав”, які часто закінчуються досягненням компромісу, якщо суд та ЗМІ виявляють добру волю.

Доступ до матеріалів справ. Цього року не відбулося зменшення кількості томів матеріалів судових справ та документів у них, засекречених „за взаємною згодою сторін”. Причина такої ситуації полягає в тому, що судді надто вже раді вітати адвокатів, які дійшли згоди, і навіть не думають про те, щоб кинути критичний погляд на спільно запропоноване останніми розпорядження, перш ніж підписувати його. Таке трапляється в сімейних справах (резонансні розлучення), господарських спорах (буцімто з метою захисту комерційної таємниці) та кримінальних провадженнях (наприклад, при призначенні експертів захисту). Багато зусиль було спрямовано на те, щоб нагадати суддям, що вони повинні зазначити причини будь-якого засекречення (це передбачає, що справді було виявлено вагому причину такого рішення) і що обсяг засекречених матеріалів та тривалість дії такого розпорядження не повинні перевищувати меж, необхідних для захисту інтересу, про який ідеться. Цілком може бути, що коли накопичиться досвід застосування поправки до правила GR 16, черговою пропозицією комітету з питань співпраці суддів, адвокатів та преси стане ухвалення судових правил, у яких відповідні вимоги будуть чітко виписані.

Доступ до інформації про ув’язнених. Вражаючою була кількість проблем, пов’язаних зі спробами ЗМІ здобути доступ до інформації, яка перебуває в розпорядженні тюремних посадовців. Запити стосувалися таких видів інформації: а) записи в особистих справах ув’язнених, б) фотознімки в документах і с) заява офіцера, який проводив затримання, про офіційну причину цього, яка зазвичай вказується в документі під назвою „Інформація про

підозрюваного” (“Suspect Information Report”), „SIR” або „Суперформа”. Ці спори виникли попри те, що на кожне питання, здавалося б, існує чітка відповідь.

(а) Громадськість повинна мати доступ до даних про особи ув’язнених (цього вимагають здоровий глузд, Конституція США та норма 70.48.100 (1) (а) Кодексу штату Вашингтон з поправками).

(б) За винятком осіб, визнаних винними у сексуальних злочинах, фото з особистих справ ув’язнених не дозволяється показувати пресі та широкій громадськості (норми 70.48.100 (2) і (3) Кодексу штату Вашингтон з поправками).

(с) Підтверджена власним підписом заява офіцера поліції, на підставі якої суддя встановлює офіційну причину затримання, після чого видає наказ або про продовження затримання, або про звільнення під заставу, вочевидь є публічним документом (на беззаперечній підставі того, що вона стала судовим документом, а не залишилася просто частиною матеріалів поліцейського або тюремного реєстру).

Запобіжні заходи. Крім усього іншого в лютому два представники „Пожежної бригади” висловилися з приводу її функції, виступаючи на орієнтаційному семінарі для нових суддів штату.

Упродовж року члени „команди” брали активну участь у підготовці, шліфуванні тексту та лобіюванні запропонованої поправки до правила GR 16, яка має стати кращим орієнтиром для суддів при прийнятті ними рішень щодо можливості проведення зйомок у залі суду. Наприкінці року текст цієї поправки буде надруковано в пресі; як видається, вона має гарні шанси бути затвердженою.

*З повагою,
Вільям Л. Даунінг, суддя*

Прес-реліз: Спільна група з представників судової влади та медіа створена для підвищення обізнаності про суди

ДЛЯ НЕГАЙНОГО РОЗПОВСЮДЖЕННЯ

**Контактна особа: Шановний
Девід Дж. Дейер**

30 січня 2003 року

317.327.4160 (телефон)

Спільна група з представників судової влади та медіа створена для підвищення обізнаності про суди

Інноваційний підхід до поліпшення розуміння громадськістю роботи судів штату Індіана було реалізовано шляхом створення комітету з суддів та представників ЗМІ, повідомив сьогодні голова Верховного Суду штату Індіана Рендалл Т. Шеперд.

Використовуючи досвід програми, що працює в штаті Вашингтон, Дорадчий судовий комітет штату Індіана із зв'язків з медіа також буде вирішувати проблеми, що виникають між судами та ЗМІ.

“Суди та ЗМІ зацікавлені в тому, щоби забезпечити відкритість та справедливість діяльності судової влади,” пояснив суддя Вищого суду округу Меріон Девід Дрейер, голова Комітету із зв'язків з громадою Судової ради Індіани, яка складається із суддів з усього штату. Дрейер також є головою новоствореного Дорадчого комітету.

Ключовим елементом програми є допомога у вирішенні конфліктів, що виникають при висвітленні роботи суду ЗМІ. Підрозділ Дорадчого комітету, неформально відомий як «пожежна бригада» працюватиме на вимогу як неформальний медіатор та радник, з метою вирішення питань, що виникають.



Члени «пожежної бригади» включають представників судової влади та ЗМІ.

Зліва направо: суддя Девід Метсі (округ Старк); суддя Стенлі Левін (округ Аллен); суддя Деніел Гіт (округ Аллен); Стів Кі (радник з загальних питань, Hoosier State Press Association); суддя Лоренцо Арредондо (округ Лейк); Девід Стемпс (виконавчий директор, Hoosier State Press Association); суддя Блейн Екерс (округ Клей); Сюзанна МакБрайд (редактор, Indianapolis Star); суддя Девід Дрейер (округ Меріон); Леррі Лоу (редактор, The Star Press, Мунсі); Дон Ешер (заступник виконавчого директора, Times of Northwest Indiana, Мюнстер); Стів Швейцер (менеджер служби новин, WISH-TV, Канал 8, Індіанаполіс).

"Відправлення правосуддя, що є парафією судової системи, та висвітлення цього процесу, що є парафією ЗМІ, іноді конфліктують одне з одним," вказав Девід Стемпс, виконавчий директор Hoosier State Press Association, одного з учасників нової програми.

"До створення цього комітету, судді та репортери повинні були вирішувати конфлікти самостійно, з передбачувано різними результатами," сказав Стемпс. "Новини, підготовлені в результаті незрозуміння судових процедур, або недостатнього доступу до інформації, часто викликали у громадян сумніви щодо роботи судової системи та її справедливості. Звичайно, такий результат не дуже добре слугує суспільству."

Комітет стане консультативним органом для судової влади та преси, щоб вирішувати подібні проблеми до того, як вони призведуть до висвітлення в пресі конфліктів чи незрозуміння судових правил та процедур, а не самого судового процесу.

Основну роль в цьому процесі відіграє "головний пожежник", цей термін запозичений з вашингтонської системи. Головний пожежник, представник судової влади штату Індіана, керуватиме роботою пожежної бригади з вирішення конфліктів та надання порад.

Комітет пожежної бригади включає усіх членів Комітету із зв'язків з громадськістю Судової ради Індіани та представників ЗМІ, зокрема, преси, телебачення, радіо та Hoosier State Press Association. (Див. список, що додається.)

Представники судової влади та медіа неформально зустрічалися вже кілька років, та працювали спільно над деякими проектами, включаючи проект правової школи для журналістів в 1999 році, який спільно фінансувався Верховним Судом штату Індіана, Асоціацією адвокатів штату Індіана та Hoosier State Press Association.

Концепцію Дорадчого комітету нещодавно було схвалено Верховним судом. Наступні проекти включають в себе створення бази даних контактів в юридичних

колах для журналістів, підготовку посібника із відносин між судами та пресою, та розробку нової правової навчальної програми для журналістів.

З Дорадчим комітетом та «пожежним загоном» можна зв'язатися через Судовий центр Індіани за телефоном (317)232-1313.

Посібник з питань взаємодії між суддями та ЗМІ

Запрошуємо Вас скористатися “Посібником з питань взаємодії між суддями та ЗМІ”. Цей посібник підготовлений спільними зусиллями Громадського комітету з відносин Конференції суддів штату Індіана та Прес асоціацією Хузьї штату. Це видання є довідником для суддів та журналістів з питань, пов’язаних з роботою судів та ЗМІ. Зміст посібника постійно доповнюватиметься та оновлюватиметься.

“Посібник з питань взаємодії між суддями та ЗМІ” розвиває ідею створення “пожежної команди” як інструмента, який судді та журналісти можуть використовувати, щоб забезпечити висвітлення в ЗМІ саме роботи судів та судових процесів, а не сварок та непорозумінь. Громадський комітет з відносин Конференції суддів штату Індіана та Прес асоціація Хузьї штату будуть вдячні за будь-які зауваження та коментарі стосовно змісту цього посібника. Судді і журналісти можуть подавати свої зауваження до Суддівського центру штату Індіана (317-232-1313) Дженні Бауеру, jbauer@courts.state.in.us, або Прес асоціації Хузьї (317-624-4427) Стіву Кею, Генеральному раднику асоціації skey@hspace.com.

Огляд процесу в цивільному суді

Дізнайтеся про основи цивільного судочинства в судах штату Індіана. [GO](#)

Огляд процесу в кримінальному суді

Дізнайтеся про основи кримінального судочинства в судах штату Індіана. [GO](#)

Доступ громадян до кримінального судочинства

Дізнайтеся про правила щодо доступу громадян до кримінального процесу, включно з обговоренням присяжних. [GO](#)

Доступ громадян до судових записів

Ознайомтесь з посібником «Доступ громадян до судових записів», який був підготовлений на основі [Адміністративного правила 9](#) і виданий відділенням судової адміністрації штату. [GO](#)

Коментарі суддів/адвокатів щодо справ

Що можна, а що не можна говорити суддям та адвокатам в процесі розгляду справи. [GO](#)

Рішення про нерозголошення

Що таке рішення суду про нерозголошення та як воно впливає на ЗМІ? [GO](#)

Обмеження на опублікування деяких матеріалів

Що таке обмеження на опублікування деяких матеріалів та як воно впливає на ЗМІ? [GO](#)

Виклик журналістів до суду

Що відбувається коли ЗМІ викликають давати свідчення по справі в суді? [GO](#)

Дисципліна адвокатів

Що відбувається, якщо отримано скаргу на адвоката? Чи процес розгляду скарги є закритим чи відкритим? Чи має громадськість доступ до дисциплінарних справ адвокатів? [GO](#)

Стандарти справ про наклеп

Що таке наклеп за законами та судовою практикою штату Індіана? [GO](#)

Закон штату Індіана про відкриті двері та

Спілкування ЗМІ з присяжними .

Ознайомтесь з правилами спілкування з присяжними в процесі розгляду справи. [GO](#) .

Фото\відео камери в залі суда .

Дізнайтесь про правила, які регулюють використання камер в судах першої та апеляційної інстанції штату Індіана. [GO](#) .

про доступ до публічних записів .

Дізнайтесь про Закон про відкриті двері штату Індіана та закони щодо доступу до публічних записів від Радника з питань доступу громадян штату Індіана. [GO](#) .

Поради суддям щодо спілкування із ЗМІ .

Допомога журналістам та суддям у вирішенні конфліктів щодо висвітлення в ЗМІ роботи судів. [GO](#) .

Джерело: <http://www.in.gov/judiciary/pubs/media-guide/index.html>

Захист джерел

Марія Місьо

Директор Програми Правового Захисту та Освіти ЗМІ IREX U-Media

Мертвий сезон серпня 2004 року оживив безпрецедентний випадок в історії української журналістики. Британський журналіст Аскольд Крушельницький опублікував в газеті „Індепендент” (Independent) статтю про документи, згідно яких МВС (так звана група перевертнів під лідерством Ігоря Гончарова) проводило стеження за Георгієм Гонгадзе певний час перед його смертю. Крушельницький написав, що Міністр внутрішніх справ Володимир Кравченко та генерал міліції Пукач мали безпосереднє відношення до цієї справи. Після появи статті, Генеральний Прокурор відкрив кримінальну справу за фактом витоку конфіденційної інформації.

Стаття Крушельницького базувалась на матеріалах близько двохсот сторінок документів зі справи Гонгадзе. Коли журналіст приїхав до України у серпні, слідчі прокуратури хотіли дізнатись, яким чином він їх отримав. У своїй книзі „Помаранчева Революція” журналіст пригадує дев’ятигодинний допит у перший день, коли йому не запропонували ні води, ні їжі протягом семи годин. „Мої твердження...здебільшого склалися з відмови відповідати на питання та пояснення моєї від мотиви тим, що я не видам джерело витоку матеріалів”.

IREX надав Крушельницькому консультацію щодо його прав та обов’язків згідно українського законодавства, що дозволило йому отримати певний рівень захисту. Стаття 26(11) Закону „Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” говорить, що журналіст має право на конфіденційність джерел, крім випадків, коли суд вимагає розкрити джерело. Слідчі прокуратури не були судом, і Крушельницький не був зобов’язаний відповідати на їх запитання. Але якби кримінальна справа дійсно дійшла до суду, тоді ситуація була б зовсім іншою—особливо, оскільки Закон „Про пресу” не окреслює критерії, які суд повинен використовувати при прийнятті рішення щодо примусового розкриття джерел. Закон „Про телебачення та радіомовлення” надає більший ступінь захисту, проте захист джерел не є правом журналіста, а скоріше зобов’язанням по відношенню до джерела, та повинен надаватись у письмовому вигляді. Якщо журналіст порушує це зобов’язання, джерело може подати до суду за порушення умов конфіденційності.

Після двох днів безрезультатних допитів, Крушельницького більше не турбували слідчій прокуратури. Але інцидент набув розголосу серед українського медіа оточення, яке вважало сам факт того, що від журналіста вимагали розкрити своє джерело інформації як атаку на свободу преси. У політичних умовах того часу, так це, напевно, і було. Але це була атака, прецеденти якої існують у багатьох інших країнах, включно і в Сполучених Штатах.

У лютому 2005 року, репортер Нью Йорк Таймс (New York Times) Джудіт Міллер була ув’язнена федеральним апеляційним судом за звинуваченням у невиконанні вимоги назвати великому журі присяжних свої джерела у рамках розслідування факту розкриття особи офіцера ЦРУ під крикриттям. Такі дії є федеральним злочином.

На відміну від звичайних журі присяжних, які вирішують питання про вину або невинність у кримінальних справах та приймають рішення щодо фактів у цивільних справах, великі журі використовуються федеральним урядом та деякими штатами для визначення, чи існує

достатньо доказів для обвинувачення особи у злочині. На відміну від судового процесу, потенційний обвинувачений не має права бути присутнім на засіданні великого журі. Процес по справі також секретний, щоб захистити репутацію людей, яких помилково звинуватили у злочині, та щоб заохотити свідків вільно давати свідчення, а також уникнути можливості попередження особи, щодо дій якої проводиться розслідування, до власне висунення звинувачення.

Міллер провела 85 днів у в'язниці після того, як суд відхилив її аргумент що Перша Поправка до Конституції надає пресі право захищати конфіденційність джерела. Міллер звільнили у вересні після заяви про те, що її джерело дозволило їй давати свідчення (хоча, як виявилось, такий дозвіл був даний навіть до того, як Міллер ув'язнили), а свідчення двох інших журналістів є дуже важливими для обвинувачення Ай. Льюїса Ліббі молодшого (I. Lewis Libby, Jr.), високопосадовця в адміністрації Буша.

Ліббі звинувачують у наданні журналістам інформації щодо особи Валері Плейм, агента ЦРУ під прикриттям, після того як її чоловік (колишній дипломат Джозеф Вільсон) написав газетну статтю, у якій висловив серйозні сумніви щодо обґрунтування позиції адміністрації Буша про вторгнення в Ірак. Відразу після цього, хтось „злив” особу Плейм, що було потім визначено як спробу дискредитації Вільсона.

Патрік Дж. Фіджеральд, прокурор з особливих питань, сказав, що довго думав про виклик журналістів до суду. „Я не думаю, що виклик журналіста до суду повинен бути звичайною справою, це повинно бути надзвичайним випадком”.

Хоча в американських судах не існує єдиного стандарту, який вони повинні використовувати, зобов'язуючи журналіста відкрити своє джерело, багато погоджуються з думкою, що журналіст повинен розкрити своє джерело лише у випадку, коли журналісту відомо про серйозний злочин, судовий розгляд якого неможливий без такого розкриття джерела інформації.

Справа Плейм була якраз такою, оскільки сам злочин полягав у наданні інформації журналістам. Таким чином, самі журналісти були єдиними людьми, які могли свідчити про злочин. Проте, в кінці, Ліббі не звинуватили в оприлюдненні імені агента, що працював під прикриттям, оскільки у справі були нюанси, які ускладнювали доведення цього факту. Натомість, його звинуватили у перешкоджанні правосуддю та дачі неправдивих свідчень.

З 1972 року, коли Верховним Судом було прийняте рішення у справі Бранзберг проти Хаес, у США і досі триває дискусія про те, чи дійсно Конституцією США встановлене право захисту джерел. Відповідно до цього рішення, репортеру було наказано свідчити перед журі присяжних про те, що він був свідком вироблення нелегальних наркотиків. Суд визначив, що він „не може серйозно підтримати точку зору, що Перша Поправка захищає домовленість репортера приховувати кримінальні дії його джерела або докази таких дій, виходячи з теорії, що краще написати про злочин, ніж якимось чином йому завадити”.

Незважаючи на досить однозначну позицію суду, в окремій думці одного з суддів Верховного Суду вказувалось, що журналісти можуть мати певні обмежені конституційні права щодо захисту їх джерел, особливо якщо вони зможуть довести, що вимога надати свідчення перешкоджатиме вільному отриманню інформації. Потім журналісти використовували цю особливу думку, щоб доводити своє абсолютне право захищати джерела. Проте, як показала справа Джудіт Міллер, суди з ними не погодились.

У своєму рішенні федеральний апеляційний суд обговорював, чи правовий захист журналістів можливий взагалі, враховуючи появу нетрадиційних видів журналістики, особливо, домінування так званих веб-логів, або „блогів” в еру Інтернету. Деякі блоги мають більше читачів, ніж місцеві газети.

Судді риторично запитували, чи право захищати джерела повинно „також розповсюджуватись на власника веб-логу: стереотипного „блогера”, який сидить біля свого домашнього комп’ютера у піжамі та виставляє в Інтернеті свої найкращі твори, щоб поінформувати тих, хто „залізе” в Інтернеті на його сайт?”

Якщо журналісти мають право захищати свої джерела, питання, чи повинні блогери мати рівні права має не лише теоретичний характер. У січні компанія Еппле Комп’ютер (Apple Computer) попросила суд штату Каліфорнія викликати в суд три веб-логи, які поширили інформацію про майбутню аудіотехніку Епл. Юрист веб-логів наводив аргументи, що блогери повинні мати такий же рівень захисту, як і журналісти: спірна позиція, щодо якої суд ще повинен прийняти рішення.

Хоча суди не погодились, що журналісти повинні бути „над” рештою їх співвітчизників щодо можливості ігнорувати постанови суду, проте один із доводів, на яких наполягали журналісти, це те, що конфіденційність джерел вимагає захисту Першої Поправки, бо якщо їх примусять відкрити їх джерела, тоді журналістів стануть додатками до слідчих органів.

Тут є причини на тривогу. В опитуванні 2001 року, в якому брали участь 319 засобів масової інформації, Комітет Репортерів за Свободу Преси дійшов висновку, що цим ЗМІ було надіслано 823 судові повістки. Судові повістки у кримінальних справах, які здебільшого стосувалися витребування відео- та аудіоматеріалів, складала приблизно 56% від загального їх числа. Прокурори та відповідачі приблизно порівну звертались до суду з відповідними проханнями.

Комітет вважає, що такі дані викликають занепокоєння. „Кожного разу пресу примушують надавати докази прокурорам, поліції, обвинуваченим або сторонам, що ставить під сумнів нейтральний статус медіа, та перешкоджає вільному отриманню інформації громадськістю.” Без гарантій конфіденційності, ті особи, які можуть стати потенційними джерелами інформації, не зважуються на відповідні кроки щодо розкриття відомостей.

У світлі рішення Верховного Суду щодо Бранзберга, багато штатів прийняли закони про захист конфіденційності, які надавали журналістам право захищати свої джерела у судах штатів. Але ці права різняться від штату до штату, ними часто нехтують у кримінальних справах, а також статус закону штату не надає захисту в федеральному суді, рішенням якого, наприклад, була ув’язнена Джудіт Міллер. Справа Міллер підштовхнула до хвилі вимог за прийняття федерального закону про захист конфіденційності. Проте Конгрес США навряд чи прийме його, оскільки у загальному американська громадськість невисокої думки про журналістів та ЗМІ.

1.3. Резонансні судові процеси: дотримання балансу між Першою та Шостою поправками до Конституції США

Карен Салаз,
адміністратор районного суду дев'ятнадцятого судового району,
Грілі, штат Колорадо,
Високоповажний Террі Ракрігл,
керівник суду п'ятого судового району, Брекенрідж, штат Колорадо

Діяльність у світлі ЗМІ є новим порядком для роботи судів. Здається, що навіть світи ідеаліста Кларка Кента з *Дейлі Планет* та головуючого судді Перрі Мейсона можуть бути оскаржені. Суди є постійним джерелом емоційних, з часом суперечливих тем для обговорення за ціною, яку майже кожен може собі дозволити – репортер приходить до залу суду у будь-який день тижня та неминуче він чи вона виходить з тим, що можливо перетворити в історію, яку можливо розмістити на перших шпальтах.

На світ, у якому працюють суди, впливає те, що ще п'ять років тому здавалось би сюрреалістичним. Далі наводиться короткий перелік факторів, які впливають на наш світ. Наступні чинники мають шалений вплив на наше життя:

- цілодобове телебачення та радіо;
- аматорські та професійні веб-журнали;
- доступні технології, включаючи камерафони, відеоапаратуру та Інтернет;
- незалежні та об'єднані кабельні мережі, які мають за мету отримання прибутку;
- провідні журнали новин та програми новин та розваг, що виходять у основний ефірний час, часто перетинають межу між фактичними новинами та розвагами;
- власні розслідування журналістів та найманих агентів інформаційних агенцій;
- Інтернет ресурси, орієнтовані виключно на новини;
- зростаюча кількість місцевих та кабельних каналів, що існують майже по всьому світу;
- вплив великої кількості конкурентоспроможних аматорів, незалежних та журналістів(репортерів), що працюють за контрактом;
- етнічні та альтернативні засоби масової інформації; та
- місцеві газети, які змагаються з національними та міжнародними виданнями у вік високотехнологічних засобів розповсюдження новин.

Зрештою, резонансна або звичайна справа, яка за допомогою ЗМІ стає резонансною, може значно вплинути на щоденну роботу судів у чотирьох основних сферах, які визначають, що суди мають бути готові та займати активну позицію у відносинах зі ЗМІ:

1. Суди є постійним джерелом новин.
2. Справи місцевого значення все частіше потрапляють на шпальти регіональних або національних видань.
3. Складніше стало передбачити, що може стати “резонансною справою”.
4. Значно збільшився перелік вимог, які ЗМІ висувають до судів.

Місьцеве стає міжнародним: судові справи з маленьких міст стають цікавими для глядачів на регіональному, національному або навіть міжнародному рівні

Еволюція індустрії новин, яка використовує сучасні технології створила середовище жорсткої конкуренції, протиставляючи дрібні інформаційні агенції “великим хлопчакам”, а сільські місцеві газети з невеликим накладом – світовим мережам новин. Частота та обсяг інформаційних запитів створюють значний тиск на всі ресурси суду.

З моменту несподіваної появи ЗМІ у суді, предмет справи відразу набуває додаткового конституційного забарвлення, оскільки суди мають враховувати права засобів масової інформації, передбачені Першою поправкою до Конституції. Протягом декількох годин кримінальна справа із суперечки між звинуваченням та відповідачем перетворюється у суперечку із залученням звинувачення, відповідача та ЗМІ. Починається “протистояння” між статтями I і VI Конституції США та правами жертв.

- *Поправка I до Конституції США:* Конгрес не повинен видавати жодного закону, що має на меті встановлення релігії або такого, що забороняє її вільне сповідання, або обмежує свободу слова чи преси, або право народу вільно збиратись та звертатись до уряду із петиціями про задоволення скарг

- *Поправка VI до Конституції США:* За будь-якого карного переслідування звинувачуваний має право на швидкий та громадський суд неупереджених присяжних того штату та округу, раніше встановленого законом, де було скоєно злочин; звинувачуваний має право на очну ставку зі свідками, які свідчать проти нього, право на примусовий виклик свідків зі свого боку і на допомогу адвоката для свого захисту.

Підведення підсумків

У резонансній справі, конституційне право відповідача на справедливе правосуддя часто суперечить з конституційним правом свободи преси. Це питання відразу поставатиме під час кожної гучної справи. У справі *Люди проти Браянта*, близько 20 відсотків клопотань було отримано саме від ЗМІ.

Суддя має заздалегідь визначити порядок допуску до документів суду та судочинства. В умовах спрощення доступу до правосуддя посилюється відчуття підзвітності судів. ЗМІ та громадськість зазначають, що вони відчують більше довіри до судів, діяльність яких повністю видно. Іншим чинником, що сприяє допуску до суду є те, що ЗМІ можуть більш точно висвітлювати, а громадськість краще розуміти діяльність суду, якщо їм буде надано можливість отримувати інформацію з перших рук. Верховний суд США постійно надає доступ до судів, що є одним з ключових компонентів судової системи США.

Доступ супроводжується ризиком. Присутність ЗМІ та громадськості піддає кожний аспект діяльності суду прискіпливій увазі. Кожна деталь буде висвітлена, кожна дія суддів та працівників суду буде піддана ретельному огляду, кожний рух проаналізований, а кожний невірний крок висвітлений у суворих заголовках. Юридичні аналітики та коментатори будуть перекручувати, змінювати сенс, спотворювати та ретельно перевіряти кожний аспект справи. Навіть за відсутності предмету розмови вони що-небудь вигадують для аналізу.

Наказ щодо оголошення даних попереднього слідства має бути підготовлений для обмеження відволікаючого та нав'язливого впливу журналістів на будь-кого, хто причетний до справи. Наказ щодо правил поведінки у залі суду необхідно підготувати для визначення сподівань у приміщеннях центру правосуддя. Головне, щоб кожний з двох наказів було введено в дію лише після врахування всіх конституційних інтересів. Скоріш за все, кожний з цих двох наказів буде

юридично заперечений в певний період часу; проте їх існування, увага та сила завдаватиме тон діям сторін, громадськості та ЗМІ протягом усього процесу.

Колективна робота

Переваги включення логістичного планування у процес значно переважають ті виклики, які виникають під час намагань зібрати до складу групи всіх необхідних осіб. Їх внесок у підготовку потужного всебічного плану дій, який є остаточним продуктом спільних зусиль, неможливо переоцінити. Він також дає можливість збагнути всю потужність впливу, який ЗМІ можуть мати на всю судову систему, навіть якщо журналісти зосереджують увагу лише на одній судовій справі у певний час.

Необхідно наголосити, що зрештою, саме головуючий суддя керує процесом. Будь-коли, якщо виникає питання, остаточне рішення приймає головуючий суддя, тому саме з ним необхідно зв'язатись, якщо виникає питання.

Це підкреслює зобов'язання, які суддя має прийняти на себе заради членів своєї групи – доступність та здатність реагувати мають вирішальне значення. Здатність судді реагувати може збільшити або зменшити робоче навантаження на членів його колективу у геометричній прогресії.

Питання для врахування, що подаються нижче, мають вплив на структуру основного плану. Зрештою доведеться стикнутись із великою кількістю проблемних питань, що лише посилює важливість планування, зв'язку та колективної роботи. Повага до інших та навички мають вирішальне значення протягом усього процесу. Кожний працівник у суді відіграватиме важливу роль – в цей час вони уособлюють судову систему держави та нації в очах громадськості.

- Прийміть рішення який план ви хочете розробити, атакуючого чи оборонного плану для вирішення справи, а також врахуйте всі запити, які він може спричинити?
- Визначте важливий персонал, технологічну інфраструктуру, внутрішні та зовнішні мережі зв'язку, порядок підпорядкування та необхідні ресурси.
- Визначте та/або розробіть внутрішню мережу зв'язку, що визначатиме порядок обміну електронними листами та доступу до документації.
- Встановіть прямий зв'язок з усіма партнерами суспільства, на яких впливатиме резонансна справа.

- Визначте бажані механізми для послаблення тиску на офіс секретаря суду, щоб зменшити кількість втручань у роботу суду та збереження сприятливих умов для тих, хто щоденно співпрацює з судом.
- Визначте основні завдання для головних членів вашої команди, як у суді, так і поза його межами. Внутрішньо, кожна група(команда) повинна, принаймні, складатись із судді, секретаря суду, адміністратора району та прес-секретаря.
- Проведіть оцінку відповідності можливостей та інфраструктури центру правосуддя та навколишньої території, з урахуванням прибуття від 400 до 600 представників ЗМІ та десятків вантажівок із супутниковими антенами. Складіть список можливих варіантів розміщення надмірної кількості людей та техніки на прилеглих територіях на предмет наявності додаткових кімнат, робочих місць та стоянок.

- Підготуйте наказ, що регламентує правила поведінки у суді та наказ щодо порядку оголошення результатів попереднього розгляду справи. Зверніться за пропозиціями до ключових осіб вашої групи та представника правоохоронних структур, а також всіх, хто надаватиме допомогу у впровадженні цих наказів.
- Підготуйте всебічний план для ваших судових палат, включаючи визначення необхідного додаткового персоналу та підтримку для інших справ, які на цей час знаходяться на розгляді у суді.
- Вирішіть, чи ви очікуєте від ЗМІ створення об'єднання та висування єдиної контактної особи або працівники суду займатимуться вирішенням організаційних питань щодо участі ЗМІ у процесі.
- У разі використання веб-сторінки для розміщення загальної інформації, графіку слухань та документації, відразу розпочинайте обговорення питань щодо її підготовки з представниками керівника апарату суду, веб-майстром та комп'ютерним відділом.

Делегування повноважень, розробка плану та об'єднання зусиль

Наполегливо рекомендується, щоб до початку процесу, принаймні, суддя, адміністратор району, секретар суду та посадова особа, яка відповідає за зв'язки з громадськістю прочитали *Настанову по управлінню під час резонансних справ*, що була підготовлена Національним центром державних судів. Хоча довідник є дещо застарілим, в основному по причині змін в індустрії новин, технологіях та деяких культурних змін у діяльності судів, у ньому міститься надзвичайно цінна та детальна інформація.

Під час розробки логістичного плану важливо врахувати, як перетинаються та співпадають обов'язки посадових осіб суду. Зараз не той час, щоб відстоювати свою територію. Найвищим пріоритетом має стати призначення “правильної” людини на “правильне” місце. До того часу, як справа пройде всі стадії розгляду у судовій системі, кожному знайдеться достатньо роботи, а беручи до уваги кількість справ, що знаходяться на розгляді, ніхто не відчуватиме браку “можливостей”.

Обов'язковою умовою є гнучкість. Існує вірогідність, що лише суддя та його(її) штат зможуть присвятити себе цілковито справі. Інші члени групи мають також відволікатись на виконання своїх повсякденних обов'язків, тому у плані обов'язково необхідно врахувати підготовку для досягнення взаємозамінності членів групи та визначити резервний персонал. Для цього вимагається додатковий час та ресурси, але ці зусилля варті витрат.

Накази щодо правил поведінки у суді

Важливим інструментом в управлінні громадськістю та ЗМІ є видання *за власним бажанням* наказу, що регламентує правила поведінки у суді. Зазначений наказ має вичерпно визначити очікування суду з таких питань, як порядок допуску осіб до приміщення суду, місця стоянки транспортних засобів, питання безпеки, обмеження щодо використання електронних приладів, порядок інтерв'ю, кого і що дозволяється фотографувати, тощо. Крім того, викладення своїх очікувань у письмовому вигляді дозволяє ЗМІ визначити специфічні проблемні питання, які можуть у них виникнути і розпочати переговори із судами щодо можливих аспектів, про які потенційно можливо домовитись.

Навіть якщо ЗМІ, скоріш за все, спочатку проігнорують наказ, зрештою, вони будуть вдячні за інформацію про те, що очікується від них та їх колег по ремеслу, а також, що до всіх ставляться однаково і, що вони можуть очікувати від суду. Представники правоохоронних структур та працівники суду також будуть вдячні за наявність конкретних правил, які вони мають

впроваджувати. Ключовим фактором має бути те, щоб всі працівники суду та правоохоронних структур знали всі положення наказу та виявляли наполегливість у його впровадженні.

Веб-сторінки, присвячені окремим справам

В умовах, коли суди намагаються впоратись із тиском від збільшення кількості справ, а також, у багатьох випадках скорочення ресурсів, з'являються нові рішення, які допомагають задовольнити ці потреби. Розміщення документації та наказів на веб-сторінках виявляється життєздатною альтернативою для зменшення навантаження на штат секретаря суду, а також кількості електронних повідомлень та телефонних дзвінків, що породжуються справами, якими зацікавилась громадськість чи ЗМІ.

Адміністратори у справі Скота Петерсона у Модесто, Каліфорнія, з самого початку розмістили всю документацію на веб-сторінці, спеціально створеній для цієї справи. У тому випадку, доступ до матеріалів мали лише представники ЗМІ. Теж саме стосувалось і справи Майкла Джексона.

Під час розгляду справи *Люди проти Браянта* доступ до документів мали як ЗМІ, так і громадськість. Кінцевим результатом було те, що викладачі права та інші у юридичній спільноті мали можливість слідкувати за розвитком подій і законодавством, яке використовувалось під час процесу. Сторінка з документами *Браянта* відвідувалась більше 15 000 разів на місяць протягом усього періоду розгляду справи.

Проте, розміщення документів на веб-сторінці не повинно вважатись універсальним засобом. Можливість миттєвого доступу до матеріалів справи з усіх кутків світу збільшує у багато разів негативний вплив будь-яких помилок, які може зробити суд.

Якщо ваш суд розглядає можливість розробки веб-сторінки, забезпечте наявність мережі з багаторівневим захистом, щоб не допустити помилкового розміщення жодного документа чи інформаційного повідомлення. Перед розміщенням кожного документа у всесвітній мережі, як мінімум, три пари очей повинні переглядати його текст на предмет відповідності редакції. Принаймні одна з цих осіб має бути адвокатом, науковим співробітником або секретарем суду. У справах, які стосуються неповнолітніх або жертв зґвалтувань або інших сторін, що вимагають неодноразового редагування документів перед їх розміщенням у всесвітній мережі, додання четвертого рівня перевірки не зайве; це лише додає душевного спокою. Процес перегляду документа повинен включати електронний пошук слів і, де можливо, також перевірку людиною.

Об'єднання ЗМІ та координатори об'єднань ЗМІ

Для суду дуже складно мати справу із ЗМІ один на один, коли на стоянці центру правосуддя знаходяться три десятки вантажівок із супутниковими антенами і сотні журналістів та членів знімальних груп намагаються випередити своїх конкурентів. Кожний занепокоений, що одні дізнаються, чого не зможуть дізнатись інші, тому тиск зростає і суд опинається у складному становищі.

Це, як пояснювати місцевим мешканцям, який не можуть знайти місце для стоянки між кварталами, що вони мають сплатити штраф за перевищення швидкості.

Ще під час розгляду справи про вибух у місті Оклахома за участю Тімоті МакВея, яке відбувалось у Денвері, штат Колорадо, до ЗМІ звернулись із проханням створити об'єднання, щоб секретар спілкувався з єдиною особою з усіх питань, пов'язаних з висвітленням судового процесу. З того часу об'єднання були успішно використані декілька разів. Зазвичай

координатора обирає відповідний комітет ЗМІ з числа претендентів. Заробітна платня платиться йому/їй із щомісячних внесків членів об'єднання ЗМІ.

Зазвичай, телевізійні компанії сплачують більші внески, ніж друковані видання або радіостанції, оскільки вони мають набагато більш витратні вимоги. Два справді дієвих фактора, які сприятимуть формуванню об'єднання ЗМІ – це те, що його члени можуть користуватись спільно відзнятими фото та відеоматеріалами, а також матимуть право брати участь у процесі розподілу місць у залі суду, виділених для об'єднання. Надання можливості ЗМІ визначати, хто з них де сидітиме дозволить суду уникнути спірних політичних маневрів, які супроводжують цей процес.

Координатор стає основною контактною особою для вирішення всіх логістичних питань, які повинні вирішити ЗМІ. Він/вона вирішує всі питання, починаючи з контролю палких дискусій на тему, хто займе місця, визначені судом для ЗМІ, до того, хто буде платити за та/або забезпечувати фото/відеоапаратуру. Висококваліфікований координатор об'єднання цінується на вагу золота, як ЗМІ так і судами.

Іншим варіантом об'єднання ЗМІ, який використовувався – є комітет у складі, зазвичай, близько семи представників: телебачення (один з місцевої компанії, один з національної); друкованого органу (один з місцевого, один з національного); телеграфних агенцій); та радіо (одна місцева, одна національна). Прес-секретар суду може входити до складу комітету в якості консультанта.

Під час справді резонансної справи, суд обов'язково повинен вимагати від ЗМІ створення об'єднання. Якщо ЗМІ вагаються це робити, їх легко переконати у зворотному, оголосивши, що місця у залі суду будуть кожного дня надаватись за принципом “хто перший прибув, той і отримав”. Забезпечення широкого представництва ЗМІ у залі суду є досить привабливим результатом беручи до уваги, що одна велика мережа займе всі місця у залі суду, змусивши її людей стояти у черзі всю ніч.

Ще одним важливим питанням, яке необхідно врахувати під час початкового поділу думками щодо вигляду об'єднання – чітко дати зрозуміти, що для суду важливо, щоб місцеві інформаційні агенції не ігнорувались під час переговорів. Ці журналісти будуть знаходитись у суді через день, в той час як будь-хто інший прийшов до залу суду і залишив його. Хоча, зазвичай, об'єднання виділяють місця для “місцевих”, важливо висловити свою позицію з цього приводу, щоб вони були гідно представлені.

Якщо спитають про те, яким суд бачить координатора об'єднання, попросіть, щоб координатором був хтось, хто має досвід у питаннях телерадіомовлення та безпеки. Таке поєднання є надзвичайно корисним.

Зв'язок

Його не можна переоцінити: зв'язок є найголовнішим компонентом кожного плану. Зорієнтувавши членів групи з приводу того, з чим їм доведеться стикнутись найближчими місяцями, ви сприятимете їх моральній підготовці. Наявність роз'яснень(процедур) у письмовому вигляді на початковій стадії значно зменшить занепокоєність та сприятиме кращому розумінню того, що знаходиться попереду. Це також допоможе у формуванні впевненості членів вашої групи у ваших діях і створить потужну основу для майбутніх дій. Ініціативність у розробці звичайного плану на кожний день або плану для розгляду резонансної справи матиме безліч переваг. За відсутності у суді плану співробітництва зі ЗМІ, його підготовка природно призведе до створення плану для щоденного використання, що є просто

чудовим документом, який важливо мати у наявності.

Наявність плану, його глибина та деталізація також допоможе працівникам суду оцінити масштаб впливу, який ЗМІ можуть потенційно мати на суди. Повернемося до першої теми обговорення цього розділу щодо результатів проекту “Майстерність у журналістиці”: *Стан інформаційних агенцій у 2004 році, Щорічний звіт про американську журналістику*, “З огляду на збільшення кількості інформаційних агенцій, що змагаються за отримання інформації, ринок інформації все більше набуває фінансового забарвлення... Аналіз змісту цілодобових випусків новин свідчить про те, що у них зменшилась кількість джерел. Зростання впливу джерел новин вже зараз у 2003 році сприяє розповсюдженню нового типу журналістики, що пов’язана із отриманням прибутків...”

Суди постійно знаходяться у пошуку шляхів інформування громадськості та ЗМІ про те, як вони діють. Готовність на випадок виникнення потенційної можливості – це важливий крок, який може сформувати або змінити сприйняття та уяву про суд. Ініціативність у налагодженні зв’язку та співпраці, що сприяє цілісності та професіоналізму, краще будь-яких слів характеризують суд для тих, хто з ним контактує, безпосередньо, або через засоби масової інформації

**ПОЛОЖЕННЯ ПРО ВЗАЄМОДІЮ СУДІВ ТА ЗМІ АБО ЯК УПОРЯДКУВАТИ
ВЗАЄМОВІДНОСИНИ**

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Визначити основні норми законодавства, які регулюють взаємовідносини судів та ЗМІ, а також висловити своє враження від проекту Положення про взаємодію судів, ЗМІ і журналістів, прийнятого Радою суддів України.

Матеріал

Сторінка

1. Проект Положення про Положення про взаємодію судів із засобами масової інформації та журналістами

Положення про взаємодію судів із засобами масової інформації та журналістами¹

Це положення визначає особливості взаємодії суду із засобами масової інформації та журналістами. Положення розроблено на підставі законодавства України з повагою до свободи слова журналістів та редакційної свободи ЗМІ, з урахуванням права громадян отримувати інформацію із зали суду, особливостей роботи медіа при висвітленні судових справ та з огляду на важливість авторитету і неупередженості суду в демократичній державі.

При підготовці даного Положення було враховано найкращий вітчизняний і зарубіжний досвід взаємодії судів і ЗМІ.

1. Організація взаємодії суду із ЗМІ та журналістами

1.1. Всі документи, які регулюють взаємовідносини судів та ЗМІ мають відповідати чинному національному законодавству та міжнародним зобов'язанням України² стосовно забезпечення свободи преси і незалежності правосуддя.

1.2. Контактною особою для ЗМІ зі сторони суду виступає спеціаліст із зв'язків з громадськістю суду або інша особа, яка виконує функції взаємодії зі ЗМІ.

1.3. Інформація про цю особу (П.І.Б) та спосіб контакту з нею (телефон, ел.пошта) має бути оприлюднена і доступна для ЗМІ зокрема, шляхом розсилки, розміщення на інформаційному стенді, веб-сайті суду, у відповіді на інформаційні запити тощо.

1.4. До відома представників засобів масової інформації має бути доведено зміст цього Положення через розміщення його на стенді у вестибюлі кожного суду, на вебсайті суду тощо.

2. Обов'язки журналістів

2.1. Представники засобів масової інформації (*друкованих, мовних, електронних- журналісти, оператори, фотографи тощо*), відвідуючи суд з метою виконання професійних обов'язків, мають ознайомитися з цим Положенням та бути обізнаними:

- з необхідністю прояву поваги до суддів;
- про гарантії кожної особи на повагу до приватності;
- з поняттям презумпції невинуватості;
- про право кожного на справедливий судовий розгляд його/її справи неупередженим судом.

2.2. Присутність працівників ЗМІ у приміщенні суду не повинна створювати незручностей для інших відвідувачів суду.

2.3. Присутність працівників ЗМІ у залі судового засідання під час розгляду справи не повинна відволікати суд та учасників процесу. У разі зауважень з боку судді на неналежну поведінку, слід вибачитись і врахувати зауваження або мовчки залишити зал суду.

2.4. Непокора чи ігнорування зауважень судді може кваліфікуватися як прояв неповаги до суду і може стати підставою для примусового видалення із зали і накладення адміністративного стягнення у формі штрафу або адміністративного арешту.

2.5. Фото- відео- та теле- зйомка у загальних приміщеннях суду не дозволена. У разі потреби фіксації заставки для телерепортажу, оператори можуть знімати на тлі вивіски суду ззовні.

¹ Проект затверджено рішенням Ради суддів України від 02 жовтня 2009 року

² Деякі нормативні акти, які регулюють взаємовідносини судів та ЗМІ перелічені у Додатку № 1.

2.6. Можливість фото- відео- та теле- зйомки у залі суду під час відкритого судового процесу вирішується судом по кожній справі з урахуванням думки учасників процесу та інтересів правосуддя (з огляду на *права неповнолітніх, потерпілих від злочину, потребу захисту свідків тощо*).

2.7. Оскільки судді не мають права коментувати справи, які перебувають у їхньому провадженні, журналістам для отримання більш повної інформації про суть конфлікту, його правову природу і можливі правові наслідки завершення справи рекомендується спілкуватися з адвокатами всіх сторін, прокурором та експертами.

2.8. Журналісти мають бути добре обізнані з правовими наслідками поширення у своїх матеріалах недостовірної інформації про особу (дифамація) та/або за розголошення конфіденційної інформації (втручання в приватне життя).

3. Доступ журналістів до приміщення суду

3.1. Доступ журналістів до приміщення суду і судових залів, де відкрито слухаються справи, відбувається на загальних підставах.

3.2. Працівники ЗМІ можуть пред'явити редакційне посвідчення, а за його відсутності – документ, що посвідчує особу.

3.3. Працівники ЗМІ не можуть бути обмежені в доступі до приміщення суду або його залів на тій підставі, що вони не є учасниками процесу, не мають відношення до конкретної справи, яка розглядається в суді.

3.4. Вилучення у працівників ЗМІ охороною суду або працівниками суду фотоапаратів, теле-відео камер не ґрунтується на законі і вважається порушенням права власності та обмеженням доступу до суду для виконання професійних обов'язків.

4. Доступ журналістів на судові засідання

4.1. Загальні положення.

4.1.1. Розгляд справ у судах відбувається відкрито, крім випадків, передбачених процесуальним законом.

4.1.2. Судове рішення оголошується публічно, але преса і публіка можуть бути не допущені в зал засідань протягом усього судового розгляду або його частини в інтересах моралі, громадського порядку чи національної безпеки в демократичному суспільстві, якщо того вимагають інтереси неповнолітніх або захист приватного життя сторін, або – тією мірою, що визнана судом необхідною, – **коли за особливих обставин публічність розгляду може зашкодити інтересам правосуддя.**

4.1.3. Журналісти як і представники громадськості мають право бути присутніми на відкритому судовому засіданні та на відкритому проголошенні судових рішень без попереднього дозволу (акредитації).

4.1.4. Розгляд справи у закритому засіданні допускається за мотивованою і оголошеною публічно ухвалою суду у випадках, передбачених процесуальним законом.

4.1.5. Під час проведення закритих судових засідань пропуск осіб до залу судового засідання обмежується постановленою мотивованою ухвалою головуєчого в судовому засіданні.

4.2. Кримінальний процес.

4.2.1. Розгляд справ у всіх судах відкритий, за винятком випадків, коли це суперечить інтересам охорони державної або іншої захищеної законом таємниці.

4.2.2. Справи про статеві злочини, про злочини осіб, які не досягли шістнадцятирічного віку, а також для забезпечення безпеки осіб, взятих під захист, оголошуються закритими на підставі мотивованої ухвали суду.

4.2.3. Розгляд може бути оголошено закритим для запобігання розголошенню відомостей про інтимні сторони життя осіб, які беруть участь у справі. У даному випадку суддя зобов'язаний надати зважену оцінку обставинам справи, зокрема оцінити ступінь суспільної потреби в закритті подібної інформації та мотивувати своє рішення.

4.3. Адміністративний процес.

4.3.1. Розгляд справ в адміністративних судах проводиться відкрито.

4.3.2. Суд ухвалою може оголосити судові засідання або його частину закритими з метою нерозголошення державної чи іншої таємниці, що охороняється законом, захисту особистого та сімейного життя людини, в інтересах малолітньої чи неповнолітньої особи, а також в інших випадках, установлених законом.

4.3.3. Під час розгляду справи в закритому судовому засіданні можуть бути присутніми лише особи, які беруть участь у справі, а в разі необхідності – експерти, спеціалісти, перекладачі та свідки.

4.3.4. Якщо під час закритого судового засідання буде встановлено, що інформація із обмеженим доступом є суспільно значимою або доступ до інформації обмежено з порушенням закону, суд постановляє ухвалу про її дослідження у відкритому судовому засіданні.

4.4. Цивільний процес.

4.4.1. Розгляд справ у всіх судах проводиться усно і відкрито.

4.4.2. Закритий судовий розгляд допускається у разі, якщо відкритий розгляд може привести до розголошення державної або іншої таємниці, яка охороняється законом.

4.4.3. Закритий судовий розгляд допускається також за обґрунтованими клопотаннями осіб, які беруть участь у справі, з метою забезпечення таємниці усиновлення, запобігання розголошенню відомостей про інтимні чи інші особисті сторони життя осіб, які беруть участь у справі, або відомостей, що принижують їх честь і гідність. У разі, коли крім прав особи, що охороняються відповідними процесуальними нормами, має місце публічний інтерес стосовно отримання інформації, суд зобов'язаний надати оцінку цим обставинам і приймати рішення лише після цього.

4.4.4. Про розгляд справи в закритому судовому засіданні суд зобов'язаний постановити мотивовану ухвалу в нарадчій кімнаті, яка оголошується негайно.

4.5. Господарський процес.

4.5.1. Розгляд справ у господарських судах відкритий, за винятком випадків, встановлених законом.

4.5.2. Закритий судовий розгляд допускається у випадках охорони державної, комерційної або банківської таємниці.

4.5.3. Закритий судовий розгляд допускається також коли сторони чи одна із сторін обґрунтовано вимагають конфіденційного розгляду справи і подають відповідне клопотання до початку розгляду справи по суті, за умови визнання судом цих обставин належними доказами виправданості закриття розгляду.

4.5.4. Про розгляд справи у закритому засіданні або про відхилення клопотання з цього приводу виноситься ухвала.

4.6. Розгляд справ про адміністративне правопорушення.

4.6.1. Справа про адміністративне правопорушення розглядається відкрито, крім випадків, коли це суперечить інтересам охорони державної таємниці.

5. Порядок під час судового засідання

5.1. За порушення журналістом, як і іншими присутніми в судовому засіданні, порядку під час судового засідання або невиконання ними розпоряджень головуючого, суд може застосувати заходи процесуального примусу у такому порядку: спочатку робиться попередження, а у разі повторного вчинення зазначених дій – видалення із залу судового засідання, при злісній непокорі – адміністративне стягнення.

6. Інформаційні запити ЗМІ і журналістів

6.1. Загальні положення.

6.1.1. Для надання громадськості інформації про діяльність судової системи журналісти та ЗМІ мають право звертатися до суду або територіального управління Державної судової адміністрації з інформаційним запитом. Під інформаційним запитом щодо надання письмової або усної інформації у

цьому Положенні розуміється усне або письмове звернення з вимогою надати письмову або усну інформацію про діяльність органів судової влади України та їх посадових осіб.

6.1.2. Запити щодо організації діяльності судової влади чи окремого суду, статистики, матеріального забезпечення і з інших подібних питань слід направляти до територіального управління Державної судової адміністрації (ТУ ДСА)З.

6.1.3. Журналісти (надалі – запитувачі) подають запит відповідному органу судової влади, його посадовим особам.

6.1.4. У письмовому запиті повинно бути зазначено прізвище, ім'я та по батькові запитувача, документ, письмова або усна інформація, що його цікавить, та адреса, за якою він бажає одержати відповідь.

6.1.5. Журналісти можуть подавати запити у будь-якій формі. Для зручності журналістів розроблена Форма письмового інформаційного запиту (Додаток № 2), яка носить рекомендаційний характер і може використовуватися журналістами.

6.1.6. Державна судова адміністрація та її територіальні управління, суди, їх посадові особи зобов'язані надавати інформацію, що стосується їх діяльності, письмово, усно, по телефону чи використовуючи публічні виступи своїх посадових осіб.

6.1.7. Враховуючи стислі строки, за якими працюють журналісти з огляду на потребу оперативного вироблення інформаційного продукту, з метою підвищення оперативності в наданні інформації на запити, рекомендується, щоб журналіст адресував усні запити особі, на яку покладено виконання функцій взаємодії за ЗМІ, а також повідомляв зазначену особу про факт відправлення та зміст письмового запиту.

6.1.8. Офіційна інформація, надана на запити органами судової влади України, може оприлюднюватися без перевірки.

6.1.9. Запитувачі мають право робити виписки та копії з наданих їм для ознайомлення офіційних документів, фотографувати їх, записувати текст на магнітну плівку тощо.

6.1.10. ДСАУ та суди повинні надавати ЗМІ лише перевірені дані або дані, що базуються на обґрунтованих припущеннях. В останньому випадку повинно бути чітко вказано на такий характер наданих відомостей.

6.1.11. Якщо суд за своєю ініціативою вирішить надати ЗМІ інформацію про судовий процес, що триває, то така інформація повинна надаватись максимальній кількості ЗМІ без дискримінації, бажано, шляхом випуску прес-релізів, проведення прес-конференцій уповноваженими посадовими особами, чи за допомогою інших прийнятних методів.

6.2. Термін розгляду інформаційного запиту

6.2.1. Протягом десяти календарних днів ТУ ДСА або суд письмово доводить до відома запитувача, що його запит буде задоволено або що запитувана на інформація/документ не підлягає наданню для ознайомлення.

6.2.2. Задоволення запиту (у тому числі про надання письмової інформації) здійснюється протягом місяця, якщо інше не передбачено законом.

6.2.3. Як виняток, оголошення про заплановані судові засідання, проголошення рішень та вироків, а також інші дії, що мають відношення до висвітлення судових процесів, повинні надаватись відповідним судом або територіальним управлінням Державної судової адміністрації журналістам у розумні терміни, що дозволять журналістам планувати свою роботу у суді завчасно.

6.3. Особливості надання інформації у кримінальному процесі

6.3.1. У контексті кримінального процесу, що становить суспільний інтерес, або іншого процесу, який привернув особливу увагу громадськості, органи досудового слідства та суд повинні інформувати

засоби масової інформації про різні процесуальні етапи руху справи тією мірою, якщо це не шкодить таємниці слідства та оперативно-розшукової діяльності або не затримує чи заважає відправленню правосуддя .

6.3.2. У межах кримінального процесу суд, працівники суду та ДСА повинні утримуватись від оприлюднення інформації, що може зашкодити справедливості судового розгляду.

6.3.3. Погляди та інформація про судовий процес, що триває, мають передаватися або поширюватися через засоби масової інформації лише тоді, коли це не порушує презумпції невинуватості підозрюваного або обвинувачуваного у вчиненні злочину.

6.3.4. Інформація про особу свідка не повинна розголошуватись, крім випадків, коли свідок дав на це свою попередню згоду, ідентифікація свідка зачіпає суспільний інтерес, чи свідчення були надані у відкритому засіданні. Інформація про свідка ні за яких умов не повинна розголошуватись, якщо це пов'язане із загрозою для його життя чи безпеки і журналісти належним чином про таке поінформовані.

6.3.5. При наданні інформації про підозрюваних, обвинувачених чи засуджених, а також про інших учасників кримінального процесу, має дотримуватись їх право на захист недоторканості. Особливий захист має бути забезпечено неповнолітнім та іншим обмежено дієздатним учасникам процесу, а також потерпілим, підозрюваним, обвинуваченим та засудженим. У всіх випадках, особливу увагу слід приділяти тим негативним наслідкам, які може для цих осіб мати розкриття інформації, що дозволяє їх ідентифікувати.

7. Доступ журналістів до судових рішень, матеріалів судового процесу і архівів суду.

7.1. Загальні положення.

7.1.1. Доступ до судових рішень і матеріалів судового процесу забезпечується такими способами:

7.1.1.1. присутністю журналіста під час розгляду справи в суді;

7.1.1.2. присутністю журналіста в залі судового засідання під час проголошення судового рішення;

7.1.1.3. доступністю матеріалів справи у випадку існування суспільного інтересу;

7.1.1.4. оприлюдненням судових рішень у мережі Інтернет⁴

7.1.1.5. публікацією текстів судових рішень в друкованих засобах масової інформації.

7.2. Присутність журналіста в залі судового засідання під час проголошення судового рішення.

7.2.1. Журналісти та інші особи, присутні на відкритому судовому засіданні, мають право відкрито робити письмові нотатки.

7.2.2. Публічно проголошені судові рішення можуть бути відтворені без обмежень. Використання в ЗМІ повного тексту рішення або його фрагментів, без редагування, що змінює його зміст, можливе лише з посиланням на присутність при його проголошенні.

7.2.3. **Кримінальний процес.** Вирок у кримінальній справі, навіть за умови розгляду справи у закритому судовому засіданні, проголошується публічно головуючим або одним із суддів.

7.2.4. **Адміністративний процес.** Судове рішення, що ухвалене у відкритому судовому засіданні, проголошується прилюдно. Якщо ж судовий розгляд мав закритий характер, прилюдно проголошується лише резолютивна частина рішення. Існує можливість проголошення лише вступної та резолютивної частини рішення, що має складний характер.

7.2.5. **Цивільний процес.** Судове рішення проголошується прилюдно негайно після закінчення судового розгляду, за винятком випадків, коли судовий розгляд проводився у закритому судовому засіданні. Рішення проголошується повністю, хоча у випадках складності справи та відкладення у зв'язку з цим виготовлення рішення у повному обсязі проголошується його вступна та резолютивна частини. При проголошенні у судовому засіданні лише вступної та резолютивної частини судового рішення, суд повідомляє осіб, що є учасниками розгляду, про дату, з якої вони зможуть ознайомитись з повним текстом рішення.

4 www.court.gov.ua, www.scourt.gov.ua, www.HAC.gov.ua, www.reyestr.gov.ua

7.2.6. Господарський процес. Судове рішення проголошується суддею прилюдно, безпосередньо після закінчення розгляду. Якщо за згодою сторін суддя оголошує лише вступну та резолютивну частину рішення, повне рішення складається і підписується протягом 5 днів з дня проголошення його вступної та резолютивної частини.

7.2.7. Розгляд справ про адміністративне правопорушення. Постанова по справі оголошується негайно після закінчення розгляду справи.

7.3. Забезпечення доступу до матеріалів справи.

7.3.1. За клопотанням журналіста і при наявності обґрунтованого суспільного інтересу стосовно оприлюднення такої інформації, голова суду може дозволити доступ до матеріалів архівних судових справ. Форма запиту, яку журналісти можуть використовувати для зручності у Додатку № 3.

7.3.2. Під час прийняття рішення за такою заявою відповідальна службова особа апарату суду має враховувати загальні принципи відкритості інформації та принципу публічного оголошення рішення, особливо в ситуаціях наявності суспільної потреби в її отриманні, коли журналісти повинні мати доступ до судових рішень для виконання їх професійних обов'язків щодо інформування громадськості.

7.3.3. Журналістам має бути дозволено без будь-якої дискримінації отримувати та копіювати публічно проголошені вироки. Вони повинні мати можливість використовувати інформацію з них у своїх матеріалах з урахуванням можливих правових ризиків вироки та інформувати про них громадськість.⁵

7.4. Оприлюднення судових рішень у мережі Інтернет.

7.4.1. Оприлюднення судових рішень у мережі Інтернет здійснюється через Єдиний державний реєстр судових рішень на офіційному веб-порталі Державної судової адміністрації України (www.court.gov.ua або www.reyestr.court.gov.ua) або на веб-сайті відповідного суду.

7.5. Публікація текстів судових рішень в друкованих засобах масової інформації.

7.5.1. Публікація текстів судових рішень в друкованих виданнях здійснюється у порядку, встановленому Законом України «Про доступ до судових рішень» від 22 грудня 2005 року № 3262-IV.

7.5.2. При висвітленні судових процесів, по яких зберігається можливість оскарження, журналісти мають уникати висловів, що є доречними лише щодо справ із закінченим провадженням. Наприклад, твердження «А. порушив закон» доцільно замінювати виразом «А. обвинувачується у порушенні закону» (якщо процес триває), а в ситуації, де зберігається можливість апеляційного оскарження: «Суд встановив порушення А. вимог закону».

8. Проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, теле-, відео-, звукозапису

8.1. Учасники процесу та інші особи, присутні на відкритому судовому засіданні, мають право робити письмові записи, а також використовувати портативні аудіотехнічні пристрої.

8.2. Проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, теле-, відео-, звукозапису із застосуванням як стаціонарної (непересувної), так і пересувної апаратури, а також трансляція (повна чи часткова) судового засідання по радіо і телебаченню допускаються лише на підставі ухвали суду за наявності згоди на це осіб, які беруть участь у справі, але обов'язково з урахуванням інтересів правосуддя, суспільної значимості справи і права громадян бути поінформованими про хід судового процесу. Ці дії можуть здійснюватися на підставі ухвали суду з визначених судом місць або умов.

(наприклад, не вести зйомку під час допиту свідків або не транслювати зображення конкретного учасника процесу з огляду на його заперечення тощо) та тривалості (наприклад, через 20 хвилин від початку процесу протягом 15- 20 хвилин) роботи камери у залі судового засідання.

8.3. Подібні трансляції та зйомки можуть бути дозволені лише в тих випадках, коли вони не створюють небезпеки впливу на потерпілих, свідків, учасників судових розглядів, народних засідателів, присяжних або суддів.

⁵ Рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи REC(2003)13, Принцип 15 «Підтримка висвітлення засобами масової інформації»

8.4. Коли учасниками адміністративного процесу є особи, які є суб'єктами владних повноважень, їх згода не потрібна на проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, відео-, звукозапису із застосуванням стаціонарної апаратури, а також при трансляції судового засідання по радіо і телебаченню.

8.5. Журналісти та представники ЗМІ, які планують проводити в залі судового засідання фото- і кінозйомку, теле-, відео-, звукозапис із застосуванням різних типів апаратури, а також транслювати судові засідання по радіо і телебаченню, повинні завчасно (за 3 дні) надати головному судді у справі письмовий запит про такі наміри. Рекомендується, щоб журналіст повідомив особу, на яку покладено виконання функцій взаємодії за ЗМІ, про факт відправлення запиту, Форма запиту, яку журналісти можуть використовувати для зручності, у Додатку № 4.

8.6. Головуючий суддя у справі ставить на обговорення учасників процесу заяву/клопотання про можливість проведення зйомки і постановляє, як правило, усно ухвалу про дозвіл або відмову у проведенні зазначених дій.

8.7. У випадку відмови у проведенні зйомки, суддя має вказати підстави такого рішення .

8.8. В ухвалі про дозвіл суддя може визначити, зокрема, місце розташування в залі знімальної апаратури, а також осіб, які її використовують. Особи, які проводять зйомку та запис, повинні залишатися на визначених місцях і дотримуватися порядку протягом всього судового засідання до того моменту, як суддя покине залу судового засідання, якщо інше не узгоджено з головою у справі. Фотографам, операторам та іншим особам **не дозволено** пересуватися по залу судового засідання під час слухання справи.

8.9. Особа, на яку покладено функції взаємодії зі ЗМІ сприяє виконанню рішення судді і допомагає розташуватися журналістам, а також координує дії інших осіб, які здійснюють запис та зйомку, у залі судового засідання.

8.10. У випадку резонансних судових процесів і великої уваги до них преси адміністрація суду в залежності від можливостей зали (кількості місць) зобов'язана забезпечити рівний доступ як представників громадськості, так і медіа. Тому важливо пропорційно визначити кількість виділених місць для зайняття представниками медіа, позначивши їх табличкою «місця для преси» або «преса».

8.11. Особа, на яку покладено функції взаємодії зі ЗМІ, має координувати розташування журналістів в залі, забезпечуючи представництво від різних ЗМІ (друковані, мовні, центральні, регіональні, іноземні тощо). Пріоритет може надаватися журналістам, які попередньо звернулися до суду з відповідним запитом.

8.12. У разі великої кількості представників преси, які бажають висвітлювати хід судового процесу, адміністрація суду повинна повідомити їм всім кількість виділених для преси місць в залі і може запропонувати їм самим визначитись, хто займе ті місця.

8.13. За наявності кількох запитів від різних ЗМІ щодо проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, теле-, відео-, звукозапису із застосуванням стаціонарної апаратури, а також при відсутності технічних можливостей для цього, адміністрація суду повинна запропонувати ЗМІ самим визначитись хто і як буде проводити зйомку і як інші ЗМІ отримають матеріали, але обов'язково координувати цей процес.

8.14. Адміністрації суду варто уникати в таких випадках власних рішень по відбору тих чи інших журналістів , бо це може дати підстави для обвинувачень в упередженості відносно окремих ЗМІ чи журналістів або у застосуванні дискримінації.

8.15. Адміністрація суду у випадках слухання гучних справ може запровадити попередню реєстрацію ЗМІ на висвітлення судового процесу з тим, щоб врахувати кількість бажаючих і створити нормальні умови для роботи представників ЗМІ на такому процесі.

Про потребу і часові рамки для попередньої реєстрації ЗМІ мають бути належним чином завчасно повідомлені.

9. Організаційні питання проведення інтерв'ю із суддями.

9.1. Правовий статус інтерв'ю полягає у тому, що журналіст і суддя є співавторами інтерв'ю.

9.2. При плануванні інтерв'ю з суддею журналісти мають усвідомлювати можливість обмеження тематики спілкування через те, що відповідно до Кодексу професійної етикиб, **суддя не має права:**

(а) розголошувати інформацію, що стала йому відома у зв'язку з розглядом справи в закритому судовому засіданні. (б) робити публічні заяви, коментувати в засобах масової інформації справи, які перебувають у провадженні суду, (в) піддавати сумніву судові рішення, що набрали законної сили.

9.3. Як співавтор, суддя має право ознайомитися з підготовленим до поширення матеріалом, внести свої корективи у текст власних відповідей, якщо їх зміст перекручено (втім суддя не може міняти текст), погодити назву матеріалу тощо

9.3.1. Журналістам бажано завчасно планувати інтерв'ю з суддею, повідомити про свій намір спеціаліста із зв'язків з громадськістю суду, повідомити йому тему розмови, обсяг і дату виходу матеріалу і попросити погодити з суддею(конкретним чи одним із працюючих в суді) час зустрічі.

9.3.2. Судді не повинні ігнорувати прохання журналістів про зустріч. Це не означає, що суддя завжди повинен зустрічатися, але важливо з повагою поставитися до суспільної місії журналіста і повідомити про своє рішення з посиланням на етичні обмеження або інші причини.

9.3.3. З метою ефективного використання часу та узгодження із своїм напруженим графіком суддя може встановити чіткі часові рамки свого спілкування з журналістом

9.3.4. Суддям треба враховувати, що журналісти можуть не мати юридичної освіти, працювати над матеріалами різної тематики, але оскільки вони виступають посередниками між суддею і своєю аудиторією, у спілкуванні з ними слід вживати менше правової лексики, говорити по визначеній ними темі, яка продиктована інтересами видання та цікавістю аудиторії.

9.3.5. У випадку отримання складних чи незручних питань суддя може легко обійтися фразою «**без коментарів**» .

Додаток № 1. Деякі нормативні акти, які регулюють взаємовідносини судів та ЗМІ

- 1) Конституція України (стаття 34).
- 2) Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року (*набула чинності для України 11 вересня 1997 року*)⁴.
- 3) Рішення Європейського Суду з прав людини у справі Санді Таймс проти Сполученого Королівства (1979).
- 4) Рішення Європейського Суду з прав людини у справі Лінгенс проти Австрії (1986).
- 5) Рішення Європейського Суду з прав людини у справі Де Гаєс та Гійзельс проти Бельгії (1997).
- 6) Мадридські принципи взаємодії засобів масової інформації та суддівської незалежності (*відповідно до Резолюції 1296 (XLIV) Економічної та соціальної Ради ООН 11 лютого 1994 року*).
- 7) Резолюція № R(81) 19 Комітету Міністрів Ради Європи про доступ до інформації, що знаходиться у розпорядженні державних органів (*прийнята Комітетом Міністрів 25 листопада 1981 р.*)
- 8) Рекомендація № Rec.(2003) 19 Комітету Міністрів Ради Європи державам-членам надання через ЗМІ інформації про кримінальні процеси (*прийнята Комітетом Міністрів 10 липня 2003 р.*)
- 9) Кримінально-процесуальний кодекс України від 28 грудня 1960 року № 1001-055.
- 10) Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07 грудня 1984 року № 8073-Х6.
- 11) Господарський процесуальний кодекс України від 06 листопада 1991 року № 1798-ХІІ7.
- 12) Цивільний процесуальний кодекс України від 18 березня 2004 року № 1618-ІV8.
- 13) Кодекс адміністративного судочинства України від 06 липня 2005 року № 2747-ІV9.
- 14) Закон України «Про інформацію» від 02 жовтня 1992 року № 2657-ХІІ10.
- 15) Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» від 16 листопада 1992 року № 2782-ХІІ11.
- 16) Закон України «Основи законодавства про охорону здоров'я» від 19 листопада 1992 року № 2801-ХІІ12.
- 17) Закон України «Про статус суддів» від 15 грудня 1992 року № 2862-ХІІ13.
- 18) Закон України «Про адвокатуру» від 19 грудня 1992 року № 2887-ХІІ14.
- 19) Закон України «Про державну таємницю» від 21 січня 1994 року № 3855-ХІІ15.
- 20) Закон України «Про звернення громадян» від 02 жовтня 1996 року № 393/96-ВР16.
- 21) Закон України «Про банки та банківську діяльність» від 07 грудня 2000 року № 2121-ІІІ17.
- 22) Закон України «Про судові рішення» від 07 лютого 2002 року № 3018-ІІІ18.
- 23) Закон України «Про доступ до судових рішень» від 22 грудня 2005 року № 3262-ІV19.
- 24) Закон України «Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини» від 23 лютого 2006 року № 3477-ІV20.
- 25) Правила пропуску осіб до приміщень судів та на їх територію транспортних засобів, затверджені наказом Державної судової адміністрації України і Міністерства внутрішніх справ України від 12.09.2005 р. № 102/765 (зареєстровано в Міністерстві юстиції України 2 листопада 2005 р. за № 1322/11602)21.

4 Закон України «Про ратифікацію Конвенції про захист прав людини і основоположних свобод 1950 року, Першого протоколу та протоколів № 2, 4, 7 та 11 до Конвенції» від 17.07.1997 р. № 475/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 40. – Ст. 263.

5 Відомості Верховної Ради УРСР. – 1961. – № 2. – Ст. 15

6 Відомості Верховної Ради УРСР. – 1984. – № 51. – Ст. 1122.

7 Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 6. – Ст. 56.

8 Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 40. – Ст. 1530.

9 Відомості Верховної Ради України – 2005. – № 35. – Ст. 1358.

10 Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.

11 Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.

12 Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 4. – Ст. 19.

13 Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 8. – Ст. 56.

14 Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 9. – Ст. 62.

15 Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 16. – Ст. 93.

16 Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 47. – Ст. 256.

17 Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 5. – Ст. 30.

18 Відомості Верховної Ради України. – 2002. – № 27. – Ст. 180.

19 Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 15. – Ст. 585.

20 Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 30. – Ст. 260.

21 Офіційний вісник України від 16.11.2005 – 2005 р., № 44, стор. 289, стаття 2817, код акту 34246/2005.

- 26) Інструкція про порядок передання до архіву суду, зберігання в ньому, відбору та передання до державних архівів судових справ та документів діяльності суду, затверджена Наказом Державної судової адміністрації України № 277 від 14.07.2003 р. (zareєстровано в Міністерстві юстиції України 7 серпня 2003 р. за № 696/8017)²².
- 27) Кодекс професійної етики суддів, затверджений V з'їздом суддів України 24 жовтня 2002 року²³.
- 28) Правила поведінки працівника суду, затверджені Рішенням Ради суддів України від 6 лютого 2009 року № 33.

²² Офіційний вісник України від 29.08.2003 – 2003 р., № 33, стор. 318, стаття 1792, код акту 26134/2003.

²³ Вісник Верховного Суду України, № 5, вересень – жовтень, 2002 р.

29) Додаток № 2. Форма письмового інформаційного запиту

Вихідний номер і дата

Керівнику ТУ ДСАУ (назва, адреса)

Журналіста ЗМІ (назва ЗМІ)

ПІБ

Поштова адреса:

Контактний телефон:

Інформаційний запит

(про надання інформації щодо діяльність органів судової влади України,
їх посадових осіб)

Відповідно до статей 32, 33, 36 Закону України «Про інформацію», статті 34 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» прошу надати інформацію про діяльність

назва суду _____
або _____ його _____ посадової
особи _____
з _____ питань

_____ (перелік питань в контексті теми для публікації чи журналістського розслідування)

Прізвище та підпис особи, що подає запит

Додаток № 3. Форма письмового інформаційного запиту щодо надання доступу до матеріалів закінчених судових справ

Вихідний номер і дата

Голові суду (назва суду)
Журналіста ЗМІ (назва ЗМІ)
ПІБ
поштова адреса:
Контактний телефон:

Інформаційний запит
(про надання доступу до матеріалів закінчених судових справ)

Відповідно до статей 32, 33 Закону України «Про інформацію», прошу надати можливість ознайомлення з матеріалами закінченої судової справи
_____ (інформація, яка ідентифікує справу)

Прізвище та підпис особи, що подає запит

Додаток № 4. Форма запиту про проведення фото- і кінозйомки, теле-, відео-, звукозапису із застосуванням відео-звуко-,записуючої апаратури, трансляції судового засідання по радіо / телебаченню

Назва ЗМІ: Тираж Територія поширення Керівник	Для використання персоналом суду
Адреса ЗМІ:	
Контактний телефон керівника:	
Особа, яка подає запит:	
Справа, щодо якої подається запит:	
Дата і час судового засідання , щодо якого подається запит:	

**Запит про
проведення фото- , теле-, відео-, звукозапису
трансляцію судового засідання (його частини) по радіо і телебаченню**

1. Етап судового процесу щодо якого подається запит на зйомку та/або трансляцію (наприклад, свідчення певного свідка, проголошення рішення/вироку тощо):

2. Вид зйомки/транслявання

- a. фотозйомка
- b. відеозапис
- c. звукозапис

- a. трансляція по радіо
- b. трансляція по телебаченню
- c. веб-трансляція

3. Кількість осіб, задіяних у проведенні зйомки:

4. Спеціальні вимоги:

Зі змістом ст. 307 Цивільного кодексу України щодо гарантій захисту прав та інтересів фізичної особи при проведенні фото-, кіно-, теле- та відео зйомок ознайомлений (а) .

Зобов'язуюсь дотримуватися правил поведінки в суді та проводити зйомку відповідно до умов, визначених судом, згідно Положення зі взаємодії судів та ЗМІ.

Дата Підпис

ЕФЕКТИВНА ВЗАЄМОДІЯ З ЖУРНАЛІСТАМИ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Компетентно налагоджувати комунікацію з журналістами.

Матеріал

1. Стратегії викладення новин
2. Форми взаємодії з журналістами
3. Підготовка до інтерв'ю у ЗМІ: перелік контрольних запитань для суддів
4. Десять порад про те, як поводитися із ЗМІ

Сторінка

Викладення новин: Чотири стратегії розміщення новини, що стосується вашого суду, на першій сторінці

*Джеррі Браун, член Асоціації по зв'язках з громадськістю США (APR),
керівник/власник компанії PR-Impract*

Надайте репортерам привід для проявлення інтересу

Запитайте у десятка журналістів, що таке новина, і ви отримаєте не менше десяти відповідей. Дехто з них або й більше, очевидно, процитують відому фразу: "Якщо собака кусає людину, це не новина..., але якщо людина кусає собаку, це є новиною." Таким є відповідне традиційне визначення новини. Воно прирівнює новини до речей, що є неординарними.

В компанії роздрібної торгівлі Хаммахер Шлеммер (Hammacher Schlemmer) кажуть, що вони продають "найкраще, єдине і несподіване." Це ще одне гарне традиційне визначення новини. Якщо у вас є повідомлення, яке підходить під таке традиційне визначення – щось найперше, найкраще, найбільше або неочікуване – це, вірогідно, новина, оскільки є привід для решти з нас проявити до неї інтерес. Але багато з нас мають клієнтів, які хочуть, щоб ми робили новини з речей, що не є першими, найкращими, найбільшими або навіть не є незвичними. І що ж з цього?

Дозвольте мені запропонувати ще пару визначень новини, які пропонують певні можливості у таких випадках:

- Якщо ви можете переконати одного репортера в тому, що ваша історія є новиною, і якщо такий репортер може переконати свого редактора, тоді ваш матеріал – новина. Це стане звичним. Це означає, що зв'язки із ЗМІ стосуються "продажу" вашої історії ЗМІ.

- Новина – про людей і речі, що впливають на людей. Чим більший вплив на людей, тим важливіший матеріал. А найважливішою з усіх історій, якою б прозаїчною вона не була, є розповідь про мене. Якщо ваш матеріал про мене, я приділю йому увагу, навіть коли мова йде про щось буденне. Це зовсім інше ігрове поле, ніж бути першим, найкращим, найважливішим або надзвичайним.

- Іронія полягає в тому, що люди часто вбивають будь-який інтерес ЗМІ до своєї історії, намагаючись змалювати самих себе як найкращих або найважливіших у настільки корисливий спосіб, що жоден репортер не торкнеться їхнього матеріалу. При цьому часто історії, що отримують найбільший інтерес, стосуються чуже ординарних речей.

Зробіть вашу статтю лише про вас і ви можете вбити інтерес ЗМІ. Зробіть вашу статтю про "мене," і ваша аудиторія, і ви можете перетворити деякі неймовірно прості речі в новину.

Пошук ваших черв'яків

"Я люблю полуницю з вершками. Але риба любить черв'яків. Тому коли я йду рибалити, то використовую черв'яків." Дейл Карнегі дав таку пораду десятки років тому людям, які хочуть навчитися продавати. Це й зараз добра порада для тих з нас, хто хоче продавати свої повідомлення ЗМІ.

Вам завжди хочеться *знати*, яка ваша мета, чого ви хочете досягти, звертаючись до ЗМІ.

Це полуниця з вершками. Але ви будете *говорити так*, щоб ваш матеріал вплинув на аудиторію. Це ваші черв'яки. І ви наловите більше риби завдяки черв'якам, а не полуницям з вершками.

Чотири безпрограшні методи розміщення матеріалу на першій сторінці

Якщо ви зможете зробити одну або більше з наступних чотирьох речей у спосіб, що вплине на достатню кількість людей, ви можете перетворити майже ніщо в новину:

- Вирішити проблему або створити можливість. Це обернені сторони однієї й тієї ж речі. Гарні торговці кажуть, що це ключ до продажу. Це є також предметом повідомлень.
- Надавайте корисну інформацію або підказки. Репортери люблять підказки. Пропонуйте їх разом з вашим повідомленням і спостерігайте, як зростає зацікавленість.
- Визначте тенденції. Репортери теж люблять тенденції, зокрема, ті, що впливають на багатьох людей з їх аудиторії. Скажіть мені, як тренд впливає на мене і як я можу скористатися його перевагою, або як уникнути шкоди від нього, що навіть краще.
- Допоможіть громадськості. Наприклад, благочинні події.

Повторимо: Зробіть одну або більше з цих чотирьох речей так, щоб це вплинуло на достатню кількість людей, і ви зможете перетворити майже ніщо в подію.

Користуйтеся результатами опитувань, оглядами та іншими даними

Репортери полюбують тренди й дані, які розказують їх читачам (або глядачам) щось про них самих. І якщо є щось таке, що суди роблять добре, ведуться записи й генерується багато даних.

Якщо ваш суд має дані про людей, яким він “служує”, ви зможете перетворити це в повідомлення. Якщо ви бачите збільшення кількості зареєстрованих цивільних справ або більшу кількість злочинів певного типу, то така інформація є надзвичайною новиною для журналіста. Ви можете продемонструвати тенденцію, що стосується громадськості? Чи більше безробітних вдаються до злочинів, щоб оплатити рахунки? Ваш суд напрацював програму надання допомоги дрібним злочинцям для подолання циклу рецидивізму? Кожне з цих питань веде до потенційно нового повідомлення, якщо ви можете поділитися цікавими даними зі ЗМІ.

Існує безліч прикладів стосовно, практично, будь-якого суду. Уміння з вашого боку полягає в тому, щоб добути дані, наявні в вашій організації, і оформити їх в інформацію, значиму для вашої аудиторії. Вам також потрібен гачок новин – причина, з якої ЗМІ перетворюють ваші дані в новину. Наш міфічний суд, наприклад, міг би проштовхнути своє повідомлення під час спаду ділової активності в економіці або приурочити випуск інформації про основні показники економічної діяльності. Суд може також випустити цю інформацію для ЗМІ у зв'язку з іншим оголошенням, після виступу керівника місцевої поліції або після зустрічі з суддею.

У вас немає жодних даних, якими варто поділитися? Тоді проведіть дослідження. Аналіз може бути серйозним або відчутним, якщо він цікавий. Деякі приклади оглядів, що стали новинами: Американська національна асоціація тваринників отримала висвітлення в ЗМІ аналізу, який підтверджує, що 73 відсотки американців жарять на грилі яловичину в Поминальний день. Компанія Quilted Northern, бренд туалетного паперу, звернулася до авторів

книг про подорожі з питанням, де знайти найкращий і найгірший у світі туалетний папір. Компанія N&R Block (з підготовки податків) звернулася до дітей з питаннями про податки – наприклад, хто платить більше податків: Бетмен чи Супермен? А одного разу в мене був клієнт, який звернувся до користувачів мобільних телефонів із запитанням: як би вони вірогідно відповіли на телефонний дзвінок, якби він пролунав в різних місцях, в тому числі під час перебування в церкві. Клієнт спочатку вагався, чи включати запитання про церкву, але воно стало одним із запитань, що допомогли продати статтю, оскільки більшість з нас реагує на абсурдність того, що хтось насправді буде відповідати на дзвінок в церкві.

Підготовка новини та розміщення її на першій сторінці вимагає неочікуваних речей та пошуку способів, як зробити ваше повідомлення новиною. Усі ці ідеї мають допомогти вам у пошуку стимулів та власної тактики щодо збільшення висвітлення вашої діяльності в засобах масової інформації.

Комунікація з журналістами

Слід розуміти, що журналісти не є цільовою аудиторією суду. Вони є передавачем інформації цільовій аудиторії, а конкретне ЗМІ – каналом комунікації. Величезну помилку роблять ті керівники, які прагнуть отримати позитивні публікації у ЗМІ без огляду на те, яка аудиторія його читає. Наприклад, інтерв'ю в спеціалізованому (юридичному) виданні стане доступним лише для юридичної спільноти, а прості відвідувачі суду чи інші громадяни повідомлення не отримають – комунікація буде неефективною. Саме тому, формування карти ЗМІ має відбуватися насамперед відповідно до уподобань цільової аудиторії, до якої потрібно донести ключове повідомлення.

Останнім часом ЗМІ позбулися монополії на аудиторію, журналістів в редакціях стало менше, один журналіст охоплює багато тем – немає ресурсів для спеціалізації. При цьому дійсно впливових ЗМІ не так багато, а конкуренція з іншими інформаційними приводами величезна. Це світова тенденція, яка актуальна і для України. Це не означає, що про журналістів варто забути, але однозначно ставить під сумнів комунікаційні стратегії, які передбачають виключно комунікацію з представниками ЗМІ.

Прес-реліз

Прес-реліз є однією з найпростіших форм комунікації інституції з журналістами. Це повідомлення, в якому міститься інформаційний привід – новина. Поради щодо написання прес-релізів надані у наступному розділі «Комунікація». Поки що ж потрібно зрозуміти, що підготовку прес-релізів (та їх різновидів - прес-анонсів, пост-релізів) потрібно планувати перед усіма подіями, про які ви хочете попередити журналістів (найчастіше – запросити їх) та після усіх запланованих подій, про результати яких ви хочете повідомити журналістів.

З бурхливим розвитком інтернет-комунікацій, прес-релізи перестали бути виключно джерелом інформації для журналістів. Сьогодні кожен користувач інтернету може прочитати новину суду на його веб-сайті чи сторонньому ресурсі. Тому навіть якщо журналістів турбувати з якогось приводу недоречно, але він може бути цікавим простим громадянам, слід спланувати написання та розміщення новини на власному веб-сайті суду чи ресурсі партнерської організації.

Прес-конференція

Планувати проведення прес-конференцій слід в тому випадку, якщо є дійсно важлива новина і особа, яка є її учасником (спікер), готова розповісти про неї і відповісти на питання журналістів. Прес-конференція потребує значно більшої підготовки, ніж розповсюдження прес-релізу. Важливо не тільки як вона буде організована, але й наскільки підготовленим до спілкування з журналістами є спікер. В деяких випадках замість того, щоб донести ключове повідомлення, спікери через свою непідготовленість дають журналістам підстави для негативних публікацій.

Різновидом прес-конференції є прес-брифінг – коротка зустріч з журналістами для того, щоб висловити свою позицію з певного питання.

Загалом прес-конференції і прес-брифінги судам обов'язково потрібно закладати в свої

комунікаційні плани. Потрібно використовувати можливість протягом певного часу звернути увагу журналістів лише на ключову тему. При цьому передувати їх проведенню має фахова підготовка основних спікерів суду до спілкування з журналістами.

Прес-тур

Під прес-туром розуміється спланована екскурсія журналістів до суду. При цьому для ефективної комунікації недостатньо просто розповісти як працює суд. Прес-тури мають викликати інтерес журналістів до повідомлень (об'єктів, предметів, осіб, процесів), які можна побачити під час прес-туру, «доторкнутися» до них.

Наприклад, запровадження автоматизованої системи діловодства є чудовим інформаційним приводом для організації прес-туру (якщо вона дійсно працює). Під час заходу журналісти зможуть на своєму власному досвіді переконатися у економії часу на обробку документів працівниками суду (наприклад, потренуватися працювати з документами у ролі секретаря, помічника судді тощо).

Прес-тури необхідно обов'язково планувати заздалегідь, оскільки вони вимагають серйозної підготовки і координації дій всіх працівників суду.

Десять порад про те, як поводитися із ЗМІ

1. **Ніколи не давайте журналісту неправдиву чи хибну інформацію.** Досвідчений журналіст, так само як і Ви, вміє розпізнавати людей. Журналісти, як правило, відчують, коли їх намагаються використати чи відволікти від правди. Навіть якщо у певний момент Вам це вдасться, журналіст обов'язково запам'ятає, якщо він опублікує неправдивий матеріал.

2. **Поважайте часові обмеження журналіста.** Для журналістів немає поняття відстрочки. Редактори не бажають чути пояснення, чому журналісту не вдалося взяти інтерв'ю чи підготувати матеріал. Журналіст буде вдячний юристу, який погодиться на зустріч при першій можливості.

3. **Якщо Ви хочете, щоб Вас цитували, висловлюйтеся яскраво.** Окрім точної подачі інформації журналіст прагне зробити матеріал цікавим. При цьому стиль написання може відходити на другий план, поступаючись основною роллю цитатам. Аналогії та кмітливі зауваження додають розповіді яскравості. І навпаки, якщо Ви не хочете, щоб Вас цитували, проте прагнете продемонструвати готовність до співпраці, намагайтеся давати максимально сухі, ввічливі та чесні коментарі.

4. **Уникайте юридичних термінів, пояснюючи складні питання.** Якщо Ви самі не «технар», Вам добре відомо, як дратує, коли хтось намагається говорити з Вами про комп'ютер, і кожна друга фраза містить незрозумілий для Вас технічний термін. Так само з юридичною термінологією. Намагайтеся говорити простими словами, щоб Вас зрозуміли.

5. **Встановіть свої власні умови інтерв'ю.** Відразу скажіть журналісту, у чому на Вас можна посперитися, а у чому ні. Якщо Вас просять дати «неофіційні коментарі» або коментарі «з анонімного джерела», переконайтеся, що журналіст чітко розуміє значення цих термінів і може пояснити Вам, як саме використовуватиметься інформація. Загалом Ви, як джерело інформації, можете встановлювати власні правила. Ви можете звернутися з проханням продивитися матеріал до його публікації, проте у більшості випадків журналіст не погодиться на це. З власного досвіду йому/їй відомо, що прохання перевірити «лише точність фактів» здебільшого завершується прискіпанням до стилю.

6. **Аудіозапис інтерв'ю.** Коли для Вас особливо важлива точність, зробіть власний аудіозапис інтерв'ю. Багато журналістів користуються диктофонами, отже, скоріше за все, аудіозапис не викличе супротив з його/її боку. Якщо журналіст не погоджується на аудіозапис, напевно, і Вам не слід погоджуватися на інтерв'ю. Якщо Ви користуєтеся диктофоном, не забудьте повідомити про це журналіста і переконатися, що використання диктофону не суперечить законодавству у тих штатах, де забороняється використання аудіозапису в односторонньому порядку.

7. **По можливості надайте письмові матеріали.** Якщо у Вас є графічні чи супровідні матеріали, Ви можете передати їх журналісту. Він/вона будуть вдячні за серйозне ставлення до його/її роботи і Вашу допомогу.

8. **Не дозволяйте журналісту вкладати власні слова у Ваші вуста.** Іноді журналісти вдаються до одного тактичного прийому, який, хоча і засуджується, проте часто застосовується. Журналіст питає: «Ви сказали, що ...» або «Чи справедливо сказати, що...», а потім, готуючи матеріал до друку, приписує Вам свої власні слова. Іноді журналіст висловлюється витіювато, перекручуючи ситуацію та залишаючи відчуття того, що ніби певний вислів Вам особисто не належать, проте достатньо близький до того, що Ви мали на увазі і що схвалюєте.

9. **Пам'ятайте, репортери дуже рідко пишуть заголовки.** Найчастіше джерела інформації скаржаться не на матеріал, а на заголовок до нього. Журналісти, як правило, не пишуть заголовки, особливо, до великих статей. Насправді, журналіст та редакторський відділ можуть обмінятися кількома влучними аргументами стосовно того, що заголовок неточно відображає поданий до друку матеріал. Якщо заголовок не вірний, спитайте журналіста, до кого можна звернутися зі скаргою. Не слід виливати гнів на журналіста, який, можливо, погоджується з Вами, проте не може виправити ситуацію.

10. **Дайте журналісту кредит довіри.** Якщо з власного досвіду Ви не довіряєте журналісту або маєте певні причини сумніватися в ньому, не припускайте гіршого. Якщо журналіст відчує, що Ви дійсно поважаєте його/її обов'язки, Ваше спілкування стане продуктивним. Якщо Вас питають про щось, що Ви не можете прокоментувати, не кидайте різку фразу: «Без коментарів». Натомість будьте щирими і, по можливості, поясніть, чому Ви не можете дати інформацію, наприклад, через «таємницю спілкування клієнта та адвоката».

Підготовка до інтерв'ю в ЗМІ: перелік контрольних запитань для суддів

У цій пам'ятці наведені загальні рекомендації суддям, яких інтерв'юватимуть представники ЗМІ. Пам'ятайте, якщо у певний час Ви не бажаєте спілкуватися з пресою або надто зайняті і не можете приділити увагу представникам ЗМІ, Ви завжди можете направити журналістів до Судового інформаційного бюро за тел.: (410) 260-1488.

Коли телефонує журналіст:

1. Завжди знайдіть час у власному графіку або призначте іншого співробітника відповісти на дзвінки представників ЗМІ навіть, коли необхідно поінформувати пресу про те, що Ви, на жаль, дуже зайняті і не можете спілкуватися з журналістом зараз (по можливості, можна порекомендувати журналісту звернутися до іншої контактної особи). Повага до часових обмежень журналіста має важливе значення у формуванні позитивних стосунків зі ЗМІ.
2. Розмовляючи з журналістом, дізнайтеся:
 - ◆ П.І.Б. та місце роботи журналіста;
 - ◆ причини його звернення та питання, які його цікавлять.
3. Визначить, чи достатньо Ви компетентні для інтерв'ю. Якщо Ви переконані, що інша особа більш компетентна з цього питання, повідомте про це журналіста.
4. Якомога детальніше встановіть основні принципи проведення інтерв'ю та тему бесіди.
5. Визначте аудиторію цього інтерв'ю та мету використання отриманої інформації.
6. Перш ніж розпочати інтерв'ю встановіть, що саме цікавить журналіста, і що ще, окрім Вашого інтерв'ю, увійде у «кінцевий продукт» (новини чи статтю). Чи цитуватимуть Вас? Чи журналіста просто цікавить загальна інформація? Кого ще інтерв'юватимуть? В якій формі подаватиметься інформація: велика стаття, актуальні новини, історія? Коли планується представити інформацію у ЗМІ?
7. Якщо інтерв'ю планується на майбутнє, встановіть:
 - ◆ Чи протоколюватиметься інтерв'ю за допомогою відео- чи аудіозасобів?
 - ◆ Чи транслюватимуть інтерв'ю у прямий ефір?
 - ◆ Де проходитиме інтерв'ю?
 - ◆ Скільки триватиме інтерв'ю?
8. Якщо питання є нагальним і Ви достатньо компетентні, щоб відповідати на нього, Ви можете відразу дати відповіді на питання журналіста. Намагайтеся давати точні, правдиві та лаконічні відповіді.
9. Якщо обговорюватиметься складніше питання, скажіть журналісту про те, що Ви зайняті, проте звільнитесь, скажімо, за годину і зможете приділити йому максимум уваги.

Спитайте про часові обмеження та обов'язково зателефонуйте журналісту до закінчення встановленого строку. Скористайтеся часом для підготовки, рекомендації щодо якої наведені у наступному розділі.

До проведення інтерв'ю:

1. Підготуйте три – п'ять якомога лаконічніших основних ідей (бажано 20 секунд чи менше), задавши собі такі питання, наприклад:
 - ◆ У чому полягає питання?
 - ◆ Яка Ваша участь у цьому питанні?
 - ◆ Чому це важливо?
 - ◆ Який історичний контекст цього питання?
2. Зберіть загальну інформацію та факти на підтримку своїх ідей та переконайтеся у їх достовірності. Не намагайтеся імпровізувати, підготуйтеся!
3. Обміркуйте можливі важкі теми та гарячі питання та сформулюйте відповіді, які міститимуть Ваші ключові ідеї.
4. Знайте свою аудиторію – дізнайтеся, хто читатиме публікацію чи слухатиме програму і адаптуйте свої ключові ідеї до аудиторії.
5. Практика. Якщо Вам потрібна будь-яка допомога у підготовці до інтерв'ю, зверніться до Судового інформаційного бюро.

Під час інтерв'ю:

- ◆ Оцініть рівень розуміння журналістом предмета обговорення і, при потребі, стисло проінформуйте його/її.
- ◆ Чітко викладайте свої ідеї. Проявіть ініціативу, будьте готові надавати інформацію, відповідати на питання та давати підготовлений Вами коментар.
- ◆ Будьте інформативними, проте не балакучими. Пам'ятайте, що журналіст, який зберігає мовчання під час інтерв'ю, заохочує Вас до спілкування та «розбавлення» Вашої початкової ідеї. Ви не повинні заповнювати паузи у розмові.
- ◆ Не удавайтеся до неофіційного спілкування. Неофіційні коментарі можуть не приписувати безпосередньо Вам, проте журналісти часто використовують таку інформацію для підтвердження даних, отриманих з інших джерел.
- ◆ Не дайте журналісту Вас залякати. Натомість адресуйте свої відповіді громадськості, особливо, під час радіо- чи телеінтерв'ю. Пам'ятайте, що Вас оцінюють за Ваше вміння впливати на аудиторію, а не на журналіста.

- ◆ Не соромтеся уточнювати питання у журналіста. Це дозволить Вам реагувати на фактичні проблеми, які лежать в основі питань журналіста.
- ◆ Будьте лаконічними: давайте чіткі та лаконічні відповіді на питання. Журналісти здебільшого полюють за «цитатами для цитування», які займають декілька газетних рядків чи 20 секунд ефірного часу. Не користуйтеся технічним юридичним жаргоном.
- ◆ Уникайте фраз: «Без коментарів» або «Я не можу ані підтвердити, ані заперечити це». Натомість скажіть, що Ви не можете прокоментувати те чи інше питання і поясніть чому. Наприклад, можна сказати, що: «Кодекс поведінки суддів забороняє мені коментувати будь-які передані на розгляд чи порушені справи. Однак я можу говорити загалом про судові процедури, пов'язані з цією ситуацією».
- ◆ Замінюйте негатив на позитив. Якщо журналіст ставить питання у негативі, не повторюйте його. Натомість сформулюйте свою відповідь у позитиві.
- ◆ Включіть у свою розповідь зрозумілі приклади.
- ◆ Не відповідайте на дуже широкі чи «гіпотетичні» питання. У такому випадку можна сказати: «Я буду радий(а) відповісти на будь-які питання, проте лише на основі фактів».
- ◆ Якщо Ви не знаєте відповіді на питання, скажіть про це та запропонуйте журналісту повернутися до цього питання пізніше.
- ◆ Під час інтерв'ю зупиніться на трьох основних аспектах та повторюйте їх якомога частіше. Ви можете ввести в інтерв'ю необхідні ідеї за допомогою фраз-зв'язок. Для цього необхідно підтвердити питання журналіста та швидко перейти до того аспекту, який Ви дійсно бажаєте обговорювати, скориставшись фразою-зв'язкою, наприклад: «Саме так, і на додаток до цього...».

Джерела, використані при підготовці цієї пам'ятки:

- ◆ *The Maryland Bar Journal*, July/August 2000, Dealing with the Media, by Janet Stidman Eveleth
 - ◆ *Community Corrections Report*, May/June 1996, Working with Reporters: The Art of Waking a Sleeping Dog Without Getting Bitten, by Gerald Migliore
 - ◆ *Helpful PR: Media Interviews*, The Corporate Image Media/PR Agency
 - ◆ *Top 10 Media Tips*, Karen Friedman Enterprises
 - ◆ *Do Not Talk to Reporters! (Until You are Prepared...)*, Rick Amme & Associates
- The Common Sense Guide to Publicity: How to Survive Media Interviews*, DeFrancesco & Goodfriend

Public Relations

КОМУНІКАЦІЙНІ КАМПАНІЇ ДЛЯ ЦІЛЬОВИХ АУДИТОРІЙ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Розробити комунікаційні кампанії для різних цільових аудиторій суду.

Матеріал

Сторінка

РОЗРОБКА КОМУНІКАЦІЙНОГО ПЛАНУ СУДУ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Узагальнити отриманні знання і розробити комунікаційний план суду.

Матеріал

1. Складові комунікаційного плану суду

Сторінка

Складові плану зв'язків із громадськістю

ЗМІСТ

- ОГЛЯД
- ЧОМУ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТАКІ ВАЖЛИВІ?
- СКЛАДОВІ ПРОГРАМИ ЗВ'ЯЗКІВ ІЗ ГРОМАДСЬКІСТЮ
 - План
 - ЗМІ
 - Матеріали для преси (друковані та електронні)
 - Складання переліку цільових ЗМІ (медіа карти)
 - Прес-релізи
 - Оголошення
 - Великі оголошення
 - Прес-релізи трендів
 - Релізи тематичних статей
 - Відео-сюжети або відео-новини
 - Інтернет-конференція
 - Медіа-тренінги для спікерів (речників)
 - Стати джерелом інформації
 - Оголошення у формі звернення до громадськості
 - «Думки, коментарі та обговорення»
 - Листи до редакції
 - Прес-конференції
 - Медіа-тури
 - Прес-кліпінг/моніторинг ЗМІ. Добірки газетних/журнальних/телевізійних вирізок
 - Реакція на повідомлення в новинах
 - Спеціальні заходи
 - Презентації
 - Спічрайтинг
 - Фотографія
 - Аудіо записи для радіо
 - Інтернет моніторинг
 - Зустрічі з громадськістю
 - Спеціальні інформаційні листки
 - Підписні або основні статті (з актуальних питань)
 - Щоквартальний бюлетень
 - Щорічний звіт
 - Лістинг у місцевій афіші
 - Оцінка/ дослідження ефективності піар-кампанії
 - Кризовий менеджмент
- Контактна інформація

ОГЛЯД

Ми часто запитуємо: «З чого складеться успішна програма зв'язків із громадськістю?», «Скільки це коштує?», «Чи дійсно моя організація потребує цієї програми?», «Як довго вона буде мені потрібна?», «Чи зможу я зробити її самотужки?», «Чому мої конкуренти завжди мають багато паперів?», «Чому ЗМІ подають неправильну інформацію про мене?»

Для того, щоб відповісти на деякі з цих запитань, ми створили цей буклет, який слугуватиме відправною точкою в дискусії щодо того, як потрібно розробляти план зв'язків із громадськістю.

За винятком випадку якщо ви є відомою зіркою, гарні відносини з громадськістю не можуть з'явитися самі собою. Це потребує багато досвіду та послідовної кропіткої роботи протягом довгого часу. Частково це є мистецтвом, частково – наукою, і у разі правильного застосування вони можуть принести багато користі.

Найголовніше, зв'язки з громадськістю, порівняно з іншими інструментами маркетингових комунікацій, завдають найсильнішого удару по ваших грошах.

ЧОМУ ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ТАКІ ВАЖЛИВІ?

Висвітлення діяльності організації засобами масової інформації підвищує довіру

Платна реклама сприяє впізнаванню марки/імені, у той час як відносини із засобами масової інформації сприяють підвищенню довіри. Коли люди читають про досконалість вашої організації у газеті або бачать по телевізору репортаж, в якому вихваляють достоїнства вашої компанії, дуже ймовірно, що в них з'явиться сприятливе враження про вашу організацію.

Інформація про вашу організацію в ЗМІ допоможе вам отримати «якісні» перспективи

Оскільки зв'язки з громадськістю сприяють підвищенню довіри, це допоможе вам залучити тих, хто бажає отримати найкраще. Коли люди чують про вас і мають сприятливе враження про вас, набагато легше привернути і втримати їх увагу до себе, коли ви щось розповідаєте.

Висвітлення діяльності в ЗМІ робить вас гравцем

Висвітлення діяльності у важливих публікаціях або репортажах на телебаченні може створити враження, що ваша організація є набагато більшою та потужнішою, ніж вона є насправді.

Зв'язки з громадськістю допоможуть вам уникнути цінової конкуренції

Якщо люди повірять, що ви – найкращі, вони будуть розуміти, чому їм потрібно платити за ваш товар/послуги визначену вами ціну.

Програма зв'язків із громадськістю дозволить вам зекономити на маркетинговому бюджеті

Оскільки ЗМІ не беруть грошей за репортаж про вашу організацію в новинах, відносна ціна хорошої програми є значно нижчою за платну рекламу в ЗМІ або розсилку реклами поштою.

Найкращий шлях, щоб запустити бренд

Зв'язки з громадськістю також розглядаються багатьма як найкращий шлях, щоб запустити бренд або новий продукт. Коли з'являється щось нове, ЗМІ часто будуть писати або говорити про це саме через цінність новизни.

Складові програми зв'язків із громадськістю

План

Створити план з цілями та завданнями. Визначити цільову аудиторію та цільові повідомлення. Спланувати так, щоб ваша програма зв'язків з громадськістю відповідала вашим іншим програмам маркетингової комунікації. Заздалегідь визначити, як ви будете оцінювати успіх вашої програми.

Матеріали для преси (друковані та електронні)

Пакет матеріалів для преси є основою будь-якої програми зв'язків із громадськістю. Він складається з серії розповідей, як правило, вкладених в папку з карманами, впорядкованих таким чином, щоб ЗМІ могли зручно використовувати їх. Як правило, серед цих матеріалів є опис організації, ключові факти та цифри, біографії керівництва, історія, а також дві або три розповіді про поточні напрямки та аспекти діяльності. Цей пакет – своєрідне миттєве джерело інформації. Пакети матеріалів для преси, як правило, також містять фотографії.

З огляду на зростаючу важливість Інтернету можливість негайно передавати матеріали для преси надає кожній компанії або організації достатньо причин, щоб мати розділ для преси на своїй веб-сторінці. Якщо репортер зателефонує і захоче отримати від вас документ, фотографію, карту або схему, він чи вона можуть звернутися на ваш веб-сайт та отримати інформацію у формі, в якій вона може бути використана і вимагає мінімальної додаткової роботи з нею.

Складання переліку цільових ЗМІ

Автоматична розсилка (розсилка ваших новин усім каналам, телерадіокомпаніям, періодичним виданням в країні) не є найефективнішим шляхом для досягнення цільової аудиторії. Якщо ви витратите небагато часу на проведення невеликого дослідження, ви отримаєте набагато кращий результат. Потрібно знати, кому ви хочете донести своє повідомлення і знати формат і середовище, яким віддають перевагу ЗМІ. Подаючи свою розповідь у правильному форматі правильним ЗМІ, дуже ймовірно, що ви забезпечите найкраще висвітлення своєї діяльності.

Передача новин є цінною з точки зору охоплення широкої аудиторії. Ці послуги забезпечують розповсюдження розповіді про вас серед усіх програм новин світу, а адресат визначається на основі параметрів, які встановлюєте ви. У вас є історія, пов'язана з питаннями роботи в Каліфорнії? Вам треба досягти репортерів/видавців каліфорнійських видань.

Оголошення

Короткі прес-релізи слід видавати з такої нагоди, як проведення промоакції або призначення нового виконавчого керівництва, відкриття нових приміщень та розширення асортименту продуктів. Як правило, вони мають форму статей з одного або двох абзаців. Це дозволяє вам постійно залишатися в полі зору вашої цільової аудиторії.

Великі оголошення

Приводом може бути нове дослідження або розробка, важливий новий продукт або кардинальна зміна у напрямку бізнесу. Як правило, має вигляд статті на 500 – 800 слів та часто заслуговує на повідомлення по телебаченню та радіо. Можливо проведення прес-конференції або брифінгу для преси.

Прес-релізи трендів

Це, зазвичай, найцікавіше для новин і допоможе вам встановити репутацію першоджерела. Йдеться про розробку напрямків розвитку вашої галузі та містить інформацію, яку іншим шляхом було б важко отримати. Наступні приклади релізу трендів: які найгарячіші ділянки на ринку нерухомості Бей

Арія? Чи подорожують американці до Росії і чому? Чи отримають лікарі більше повноважень в результаті переговорів зі страховими компаніями? Чи основні групи медиків приділяють більше або менше уваги холістичній / альтернативній терапії?

Релізи тематичних статей

Хоча тематичні статті повинні бути цікавими з точки зору новизни, в широкому сенсі, вони є поза часом. Вони можуть бути надруковані у сьогоднішньому випуску, у завтрашньому або навіть на наступному тижні. Тематичні статті часто називають «вічнозеленими», тому що вони завжди свіжі та не старіють. На відміну від новин як таких, тематичні статті мають точку зору, кут погляду, і часто бувають набагато довшими за звичайні новини на цю ж саму тему.

Відео-сюжети або відео-новини

Фоновий відео-сюжет допоможе вам розповісти вашу історію на телебаченні. Вони є надзвичайно корисними, коли предмет є складним або незручним для фільму. Прикладом може бути хірургія, внутрішня робота комп'ютерів, або закриті для доступу приміщення аеропорту.

Ви можете забажати зробити повний відео-репортаж у разі якщо є важливе оголошення або ви маєте відео-матеріал для різних телевізійних станцій. Відео-матеріали повинні бути у професійному форматі Бетакам, а не VHS.

Інтернет-конференція

Цей вид швидко став основним інструментом для оприлюднення інформації, як тільки люди зрозуміли мультимедійні можливості Інтернету. Інтернет-конференції можуть транслюватися «наживо» або зберігатися в архівах, щоб бути доступними, як тільки вони знадобляться. Вони досить ефективні з точки зору витрат і є засобом одночасно передавати повідомлення на весь світ у привабливій інтерактивній манері, яка відповідає потребам журналістів. Використовуючи Інтернет-конференції, ви можете суттєво розширити коло застосування ваших зусиль, зменшити бюджет на речників, забезпечити, щоб ваше повідомлення було передане усій аудиторії, краще прилаштуватися під графік журналістів та отримати більше привабливих допоміжних елементів.

Медіа-тренінги для речників

Речники повинні бути постійно готовими до роботи і проходити навчання щодо того, як вони повинні працювати зі ЗМІ. ЗМІ, як правило, хочуть розмовляти з експертом у даному питанні, а не з представником відділу зв'язків із громадськістю, для більш глибокої розмови. Роль працівника, що опікується зв'язками з громадськістю, полягає в тому, щоб забезпечити вибір та підготовку відповідного експерта. Медіа-тренінги можуть проводитися як у формі 15-хвилинних сесій коучингу, так і у формі дводенних відео-семінарів з практичними інтерв'ю. Витрати на останню форму складають порядку 1000 доларів на особу, проте такий тренінг є життєво необхідним для людей, які постійно знаходяться в центрі уваги громадськості у зв'язку з гострими дискусійними питаннями.

Стати джерелом інформації

Одна з ключових стратегій успішного плану зв'язків із громадськістю – стати джерелом інформації для новин. Цього можна досягти шляхом випуску регулярних професійно написаних прес-релізів, щоб дати знати репортерам, що ви тут і є готовими до бесіди, як тільки вони зателефонують вам. На дзвінки слід реагувати протягом години, а якщо можливо, навіть раніше. Потрібно бути доступними 7 днів на тиждень, 24 години на добу.

Оголошення у формі звернення до громадськості

Оголошення у формі звернення до громадськості є найбільш розповсюдженим типом реклами

для неприбуткових організацій. Оскільки вони є короткими, телерадіокомпанії передають їх у великій кількості. Вони є набагато простішими за спеціальні заходи, інтерв'ю, тематичні статті або новини. Ви можете багато сказати за 20, 30 або 60 секунд, і оскільки, ймовірно, це буде повторюватися декілька разів, ви можете досягти підсиленого впливу. Найдешевший тип оголошень у формі звернення до громадськості – «жива» копія, коли автор проголошує свій матеріал наживо. Ви також можете надати заздалегідь підготовлений матеріал, якщо у вашому бюджеті передбачені витрати на його створення. Живі копії для телебачення повинні включати візуальний ряд. Існує декілька різних форматів для зйомки або виготовлення оголошень-звернень. Вам потрібно визначитися заздалегідь.

«Думки, коментарі та обговорення»

Ці сторінки, як правило, знаходяться навпроти редакційної сторінки і є чудовою можливістю залишити свій коментар з питань дня та завоювати визнання експерта у своїй галузі. Вони, як правило, подаються під статтями, що підписуються прізвищем експерта, отже у вас є шанс висловити свою думку вашими словами, з мінімальною цензурою з боку репортера. Якщо такі коментарі будуть опубліковані, їх потім можна буде використовувати як репринти.

Листи до редакції

Багато газет і журналів друкують якомога більше статей у формі листів до редакції. Вони серйозно ставляться до цих листів. Такі листи є короткими, конкретними та присвяченими конкретній темі. Це ефективний метод для вирішення дискусійних питань, пояснення щодо раніше опублікованих невірно викладених концепцій або неточних даних про ваш бізнес чи продукт, а також для представлення нового продукту. Проте, незалежно від мети, такий лист повинен складатися не більше ніж з 3-5 абзаців.

Прес-конференції

Прес-конференції, як правило, проводяться державними агенціями та фігурами національного масштабу. Вони рідко використовуються бізнесменами, за винятком випадків негативних подій/катастроф, які можуть призвести до негативного ставлення громадськості, як наприклад, розлив нафти або авіакатастрофа. Існує дві причини, чому треба уникати прес-конференцій. Перша з них – не існує такого часу дня, що був би зручний для усіх ЗМІ, особливо це відчутно, коли ви знаходитеся в жорстких часових рамках. І якщо час проведення вашої прес-конференції збігається з якоюсь значною подією, ви відразу втратите усю свою аудиторію. Друга причина – хороші репортери не люблять прес-конференції, оскільки вони хочуть написати статтю кращу за конкурентів. Якщо усі мають однакову інформацію, репортерів важко буде виділитися серед інших і написати глибший матеріал.

Медіа-тури

Існує два типи медіа-турів. «Вхідний» – ви відкриваєте двері для ЗМІ – може принести позитивні результати. Тури можна проводити особисто або з використанням супутникового зв'язку. Існує багато організацій, які можуть зробити фільм, відредагувати та розповсюдити такі «тури» для вас. Дайте ЗМІ знати, що ви готові з'явитися перед ними або дати короткі інтерв'ю.

«Вихідні» тури – коли ви передаєте своє повідомлення у ЗМІ – також ефективні, хоча є дещо дорогими та пов'язані зі значними часовими витратами. Їх найкраще проводити, якщо ви будете відносити з інвесторами, відвідуєте торгову виставку або проводите значні зміни у багатонаціональній або міжнародній корпорації (розукрупнення великих компаній, зміни у складі правління, відокремлення від великих компаній).

Добірки газетних/журнальних/телевізійних вирізок

Якщо ви хочете знати, що про вас пишуть і говорять ЗМІ, то вам стане в нагоді підписка на газетні/журнальні вирізки. Ця послуга полягає в пошуку згадки про вашу компанію або продукт серед

тисячі газет, журналів, веб-сайтів, телевізійних ток-шоу та програм новин. Ви також можете надати провайдерів такої послуги ключові слова, і таким чином, будете в курсі того, що відбувається у вашій галузі або ситуації з конкуренцією. Є агенції, які і досі надають цю услугу, роблячи вирізки «вручну», але більшість «сканують» електронні версії періодичних видань та надсилають вам вирізки в електронному вигляді. У будь-якому разі маючи ці вирізки, ви зможете зрозуміти, чи досягли ваші повідомлення цільової аудиторії і чи є ефективним ваш план зв'язків із громадськістю.

Реакція на повідомлення в новинах

Якщо ви почули в новинах повідомлення на тему, в якій ви є експертом, дуже важливо негайно відреагувати випуском релізу з коротким коментарем почутого і заявою, що ви готові дати інтерв'ю.

Спеціальні заходи

Спеціальні заходи можуть бути присвячені представленню нових продуктів або проводитися для того, щоб привернути увагу до організації чи персони, зробити оголошення або продемонструвати щось візуальне, про що не можна повідомити у прес-релізі. Але дуже важливо надати ЗМІ матеріали – реліз на одну сторінку, примірники з текстами заяв та інформацію, яка допоможе їм написати гарну розповідь, а також зразки продукту, сувеніри, тощо. І, як і у випадку з прес-конференціями, критично важливим є зворотній зв'язок та перевірка результатів. Часто ЗМІ не висвітлюють саму подію, а лише використовують її за основу для більш широкого репортажу або статті.

Промислова виставка/презентація

Промислові виставки/презентації є чудовою нагодою для компаній, щоб зробити оголошення про нові продукти, придбання та альянси, оскільки журналісти, що спеціалізуються на промисловій тематиці, часто присутні на таких подіях. Але призначити індивідуальні інтерв'ю або провести зустрічі в кулуарах важко, оскільки всі інші компанії також прагнуть цього. Для того, щоб максимізувати свою присутність на промисловій виставці/презентації, використовуйте можливості Інтернету та веб-сайту Вашої компанії. Якщо Ви створите віртуальну презентацію, ЗМІ (і потенційні клієнти, які відвідають ваш стенд) зможуть відчувати себе як на прес-конференції, проглянути фотографії або відео, отримати критичний основний матеріал, прочитати висловлювання третіх сторін або прослухати інтерв'ю і тримати руку на пульсі найсвіжіших подій в ході промислової виставки та за її межами. Необхідно зв'язатися з ключовими ЗМІ заздалегідь і організувати зустріч із керівництвом вашої компанії. Це може бути стимулом для них, щоб вони розшукали вас та висвітлили інформацію про вас у новинах.

Спічрайтинг (написання тексту промови)

Висловлювання керівних посадовців організації можуть привернути позитивну увагу до самої організації. Ключові доповіді на з'їздах, промови на офіційних обідах перед професійними групами або службами, привітання до гостей у вітальнях та на обідах – це тільки деякі з можливих форм.

Уміння написати промову – це мистецтво. Для цього треба серйозно заглибитися в тему промови. Ключовим фактором є знати особу, для якої ви пишете промову, знати його/її стиль мовлення, лексику, тембр та модуляції голосу, а також чому він/вона віддають перевагу. Чи він/вона мають вибуховий чи непередбачуваний характер? Якщо так, вам треба обговорити усі ключові питання наперед. Чи добре знає спікер свою аудиторію? Якщо так, може він/вона захочуть говорити у більш приватній манері, ніж в офіційній. Чи будуть наявними засоби візуальної підтримки та чи буде спікеру зручно користуватися ними? Чи може доповідач використовувати гумористичний підхід, якщо це буде доречним? Що являє собою аудиторія та чи ймовірно, що вона знаходитиметься в опозиції до доповідача? Чи будуть присутніми представники ЗМІ? Чи буде подаватися їжа під час промови? Чи буде потім промова використовуватися в подальшому для написання статті/бюлетеню, розміщення на веб-сайті або для

розповсюдження в ЗМІ? Окрім теми промови слід врахувати усі ці питання.

Фотографія

Хоча це може видаватися дивним, фотографія є найважливішим інструментом, якщо тема є складною для фотографування або не притаманною для візуалізації. Наприклад: розповідь про те, як працюють комп'ютерні шлюзи безпеки, як відбувається освоєння підводного світу, напрямки розвитку страхування, тощо. Якщо у вас є час знайти хорошого фотографа у складній ситуації це суттєво збільшить шанс того, що ЗМІ візьмуть ваш матеріал. Якщо фотографії не підходять, слід використовувати графіки, діаграми та інші візуальні та графічні засоби. Фотографії повинні бути чорно-білими глянцевиими, кольоровими слайдами або плівками. Пакети матеріалів для ЗМІ можуть містити чорно-білі фотографії із зазначенням, що кольорові можна знайти на веб-сайті в розділі для преси.

Аудіо записи для радіо

Аудіо записи використовуються рідко, але можуть бути корисним інструментом, коли звукове супроводження є важливим. Наприклад, коли йдеться про музичну групу.

Інтернет моніторинг

Інтернет зараз пропонує надзвичайно широкий асортимент громадських форумів для розповсюдження новин та інформації на додачу до традиційних друкованих та телерадіо джерел. Кожна організація повинна мати програму, яка б дозволила їй регулярно відстежувати відповідні новини та веб-сайти.

Зустрічі з громадськістю

Часто є важливим проводити невеликі зустрічі для роз'яснення невеликих частин програми, яка буде безпосередньо або опосередковано стосуватися групи громадян. Окрім регулярної піар-кампанії часто буває необхідно змінити негативні настрої громадськості, викликані недостатньою або неточною інформацією. Прикладами того, коли доцільно провести зустрічі з громадськістю, можуть бути зміни у розкладі авіарейсів для громади, що мешкає на суміжній з аеропортом території, або проекти по використанню колишніх військових чи повітряних баз.

Спеціальні інформаційні листки

Коли у вас є більше подробиць, фактів та цифр, ніж може вміститися на одній сторінці прес-релізу, вам потрібен інформаційний листок. Він може складатися з декількох сторінок і включати в себе історичну інформацію, анекдоти та дані. Він повинен бути цікаво написаний: короткі речення та абзаци і широкі поля. Так ви зможете вбити двох зайців – і надати короткий прес-реліз, з якого репортери та редактори зрозуміють суть справи, і додатковий матеріал для глибокої статті.

Підписні або основні статті (з актуальних питань)

Окрім того, що підписні статті рекламують вашу компанію або продукт вони можуть бути використані багатьма шляхами. Написання статті для газети, журналу або онлайн видання має набагато довший термін життя ніж один випуск. Репринти можуть використовуватися в роздавальних пакетах для ЗМІ, відправлені поштою клієнтам, можуть бути завантажені на вашому веб-сайті або передані в ЗМІ для обговорення конкретного питання. Проте статті повинні бути актуальними та цільовими. Як правило, доцільно обговорити ідею статті, чи буде вона цікава, перед тим, як писати статтю. Якщо ніхто в ній незацікавлений, вам, як правило, скажуть, що вона «стара», сильно роздута, не відповідає редакційному календарю або не цікава з точки зору новизни. Отже, найкраще, встановити це до того, як починати писати, обговоривши ідею, тези або короткий зміст.

Щоквартальний бюлетень

Інший шлях тримати Ваші стратегічні повідомлення перед очима цільової аудиторії – це видавати щоквартальний бюлетень. Бюлетень є чудовою можливістю повторити інформацію, яка вже була висвітлена в ЗМІ. Жоден з вашої цільової аудиторії не бачив і не читав абсолютно всі репортажі та статті, які з'явилися про вашу організацію в ЗМІ. Проте якщо вся інформація буде зібрана до купи, її загальна цінність виявиться більшою ніж сума окремих складових. Бюлетені можна розсилати або звичайною або електронною поштою усім організаціям/особам з вашого переліку контактів. Дуже важливо побудувати і підтримувати вашу базу даних, щоб досягти максимальної ефективності.

Щорічний звіт

Щорічні звіти, як правило, використовуються державними компаніями. Але їх можуть використовувати будь-які організації, яким є про що розповісти. Щорічні звіти – це не лише звіти, а й місце, де можна розмістити ваші стратегічні повідомлення.

Лістинг у місцевій афіші

Лістинг у місцевій афіші – це інструмент подібний до оголошень у формі звернення до громадськості, як правило, широко використовується неприбутковими та громадськими організаціями. Єдина відмінність – вони рекламують подію, а не продукт чи послугу. Бізнесмени можуть брати участь у лістингу, якщо це безкоштовно або слугує громадським інтересам.

Оцінка/ дослідження ефективності піар-кампанії

Один зі шляхів створення новин – провести дослідження, а потім звітувати про результат. Дослідження є надзвичайно корисними, коли у вас є цифри, щоб провести порівняння «до та після». Їх можна використовувати, щоб визначити наскільки цільова аудиторія обізнана з вашими продуктами чи послугами або визначити ефективність вашої піар-кампанії. У будь-якому разі вони завжди повинні бути короткими та конкретними. На сьогодні, механізми проведення досліджень не обмежуються лише опитуванням по телефону або поштою. Використовуючи Інтернет, ви можете швидко отримати зворотній зв'язок за мінімальних витрат.

Кризовий менеджмент

Криза – це не обов'язково щось погане. Катастрофа або протиріччя можуть дати вам можливість привернути увагу більшої кількості людей до вашої компанії. Погано це чи добре, треба пам'ятати декілька речей, які є ключовими, щоб справитися з кризою. Завчасна підготовка зможе допомогти вийти зі складної ситуації мінімальними витратами. Потрібно мати факти та цифри, переконатися в тому, що ваші речники є добре підготованими до спілкування зі ЗМІ, знати ЗМІ та мати можливість додзвонитися до них у будь-який час – і ви зможете вирішити свої проблеми, випереджаючи події. «Без коментарів» часто є це найгіршою реакцією, яка вказуватиме на вашу вивертливість або вину. Незалежно від того, чи ви готові дати відповіді на запитання від ЗМІ чи ні, дайте ЗМІ зрозуміти, що відповідь буде. Іншими словами, потрібно бути підготовленим, чесним та рішучим.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Оцінювати ефективність комунікацій суду.

Матеріал

1. Оцінка Вашої ефективності

Сторінка

Оцінка вашої ефективності

Дуже часто ми вимірюємо нашу ефективність, враховуючи тільки кількість продуктів, вироблених за певний час. Однак, вимірюючи таким чином, ми фактично оцінюємо нашу продуктивність, а не ефективність.

Якщо ми не будемо оцінювати ефективність створення та подачі наших комунікаційних продуктів, ми ніколи не зможемо виконати деякі рутинні завдання, які раніше ми виконували. Ми повинні продемонструвати додану вартість вкладення нашої енергії в нові, більш значущі проекти. Як тільки трапляється дефіцит ресурсів, працівники, що відповідають за комунікації, як і будь-хто інший повинні довести свою корисність.

Тут представлені деякі ідеї, які ви можете використати, щоб оцінити ефективність своєї роботи:

- Вважайте, що оцінка ефективності – це ваш обов’язок, так само як ви берете на себе відповідальність за створення продуктів в рамках бюджету та визначених часових рамок.
- Зробіть планування та оцінку невід’ємними складовими ваших проектів. Ефективна комунікація починається з ефективного планування і продовжується протягом усього часу життя проекту. Проводьте періодичні зустрічі з вашими експертами та внутрішніми клієнтами. Таким чином, ви зможете дізнатися про наступні проекти. Дайте їм зрозуміти, що ви хочете допомогти їм у процесі планування, таким чином, ви зможете визначити завдання комунікації та оформити свої зусилля, у тому числі щодо продуктів та оцінки.
- Спершу, оберіть лише кілька проектів для оцінки ефективності. Тоді ваша задача не здаватиметься вам надзвичайно складною. Якщо ви склали успішний план та здійснили ефективне виробництво і зможете довести виконання ваших завдань, процес стане простішим. Врешті-решт, ви захочете оцінити усі свої проекти.
- Визначте ваші комунікаційні завдання. Упевніться, що все, що ви виробляєте, відповідає вашим завданням. Ці кроки такі самі як і розробка програми. Вам потрібно відповісти на наступні запитання:
 - Які проблеми я вирішую?
 - Якою є моя цільова аудиторія?
 - Якими є завдання? Напишіть перелік типів та рівня змін у поведінці або ставленні, яких ви хочете досягти протягом певного періоду часу; ефективність методу подачі або те і інше.
- Які методи ви будете використовувати? Інформаційні листки, телефонні контакти або персональні візити?
- Як ви будете оцінювати вашу ефективність? Ви будете оцінювати зміни у ставленні чи поведінці або вплив на бюджет?
- Попросіть експертів з оцінки, які працюють у вашій організації, допомогти вам розробити перший оціночний процес. Ви не зможете зробити це самотужки.
- Відстежуйте використання ваших продуктів. Це покаже, чи технології подачі/представлення є ефективними, але необов’язково свідчитиме про ефективність ваших комунікацій. Є декілька шляхів, як ви можете відстежувати використання:

- **Послуги добірки новин.** Однак дослідження показують, що служби добірки новин знаходять лише половину посилань на статті, які вам потрібні.
- **Рейтинги Нільсена або інші послуги моніторингу телерадіомовлення.** Ці рейтинги покажуть вам, скільки населення вам вдалося охопити вашими програмами або релізами відео-новин, але не обов'язково, скільки людей чують ваші повідомлення або роблять певні дії.
- **Визначення кількості.** Перерахувати, скільки продуктів ви створили, або краще – скільки віддрукували або відтворили – це може дати вам деяку цінну інформацію. Питання полягає в тому, чи дійсно ваш продукт ефективний, або він лише існує як одиниця.
- **Інтернет-моніторинг.** Простий але не обов'язково надійний метод визначення ефективності. Просто визначити кількість відвідин вашого веб-сайту. Деякі спеціальні програми краще ніж інші відстежують реальних користувачів. Вони не враховують повторні відвідини однією й тією ж особою, або вашим персоналом.
- **Дослідження читацької аудиторії,** щоб оцінити реакцію на періодичні видання, які ви видаєте.
- Застосовуйте більш складні шляхи визначення ефективності вашого продукту, такі як, наприклад:
 - **Дослідження та опитування користувачів.** Це може бути ефективним для публікацій, відео-матеріалів, відео-новин, веб-сайту – майже для усього, що ви виробляєте. Упевніться в тому, що вони прості та зручні для заповнення та відправлення вам. Вкладайте підписані конверти з марками для дослідження методом опитування поштою. Для аудиторії, яка має доступ до Інтернету і їй зручно користуватися цими технологіями, використовуйте дослідження/опитування електронною поштою.
 - **Телефонні дослідження,** якщо вони короткі та правильно спроектовані, можуть дати вам більше інформації щодо використання клієнтами ваших продуктів та послуг, а також про їх враження від них.
 - **Інтерв'ю та дослідження фокус-груп** також можуть дати вам персоналізовану інформацію про ваші продукти та послуги.
 - **Спостереження за користувачами** є ефективним інструментом оцінки для таких речей як навігація веб-сайту та освітні Інтернет-модулі.
 - **Оцінювання учасниками** також корисний інструмент для визначення ефективності семінарів та конференцій. Це особливо корисно, коли ви також використовуєте дослідження результатів заходу, щоб оцінити, чи учасники дійсно продемонстрували зміни у знаннях, ставленні або поведінці, на які був націлений захід.
 - **Картки запиту ділової інформації** – гарний інструмент для отримання зворотного зв'язку від матеріалів, що розсилаються поштою. Якщо ви не отримали достатньої відповіді цим шляхом, ви можете зателефонувати.
 - **Переймання досвіду.** Багато організацій мають багатий досвід у оцінюванні ефективності. Дивіться Частина 6 з посиланнями на деякі корисні веб-сайти.

Якщо ви почали роботу над цим, ви побачите, що оцінка ефективності ваших продуктів не вимагає так вже багато часу, як ви думали. Ви побачите винагороду за ваші зусилля, не лише у сенсі визнання та збільшення підтримки вашої організації, а й у сенсі визнання вас особисто як досвідченого експерта в галузі комунікацій.

АНТИКРИЗОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Ефективно комунікувати під час кризових ситуацій.

Матеріал

Сторінка

1. Три кроки до запобігання атаці ЗМІ
2. Кошмарний бік зв'язків з громадськістю: коли необхідно захистити непопулярну особу, компанію, чи проблему

Три кроки попередження атаки у ЗМІ

*Захистити свою компанію від допитливих репортерів
Расті Коулі*

Найкращий метод попередження кризи, пов'язаної з публікацією негативних матеріалів в пресі, полягає у припущенні, що вона може статися у майбутньому, і у підготовці до неї сьогодні.

На жаль, ви не можете точно спрогнозувати дату і місце такої кризи. Але ви можете вжити загальних заходів, щоб забезпечити себе.

Криза через висвітлення в пресі, як пожежа в будинку. Якщо вам вдасться загасити її на початку, або ж обмежити її розповсюдження, у вас будуть кращі шанси вийти з неї непошкодженими.

Який розумний керівник фірми з належним керівництвом діяльністю дозволить компанії працювати без страхування власності? Чому тоді розумні керівники ризикують репутацією компанії, яка є набагато ціннішою за її матеріальні активи, і може бути втраченою через примхи та витівки ЗМІ?

Розумний керівник надасть роботі з пресою як кризовому менеджменту щонайменш таку саму пріоритетність, як і обранню страхового полісу.

Крок 1. Оцінить рівень слабкості вашої компанії перед «поганою пресою»

До початку серйозної гри з пресою, ви маєте бути готові зіграти до серйозної гри з культурою власної компанії. Прийшов час оцінити, наскільки ваша компанія є незахищеною перед негативними матеріалами в пресі.

Найкраще буде найняти об'єктивного консультанта – безстрашного уповноваженого, який проведе ретельне дослідження і складе конфіденційний, чесний звіт.

Уповноважений має перевірити, чи ваша організація має наступні симптоми на кожному рівні:

- Тенденція ігнорувати, висміювати або мінімізувати будь-які правила, положення або процеси, що є обов'язковими або навіть рекомендованими урядом або офіційною наглядовою організацією.
- Ставлення «досягти успіху за будь-яку ціну».
- Будь-які незатверджені зміни процедур або політики компанії, особливо такі, що працівників порушують інтереси службовців, споживачів або населення взагалі.
- Намагання прикрашати або повністю ігнорувати порушення при підготовці офіційних звітів.
- Будь-які випадки несправедливого застосування політики компанії у різних секторах, сегментах, рівнях структури компанії.
- Культура, що створює елітарні умови для персоналу, що займається збутом, що дозволяє таким працівникам порушувати правила, за умови досягнення ними успіху.
- Будь-який фасад, що представляє компанію населенню як таку, якою вона в дійсності не є.

- Недостатній адміністративний нагляд, коли йдеться про відповідність нормам.
- Атмосфера, що стимулює працівників експериментувати з новими методами, які ще не перевірені, або використання яких в організації ще не санкціоновано.
- Атмосфера, де менеджерів та керівників відділів заохочують дивитись крізь пальці на погану поведінку працівників.
- Будь-які засоби заохочення будь-яких осіб ризикувати здоров'ям населення, якістю продукції або стандартами безпеки.

Все це - слабкі сторони, які дозволять суперникам переконати ЗМІ приєднатися до атаки на вас. Серйозний уповноважений хоробро викриє всі недоліки, вкаже вам на них та змусить їх подолати. Це - краще ніж надати конкурентові можливість знищити вашу компанію.

Крок 2. Створіть групу швидкого реагування

Якщо ви плануєте ефективно захищати власну компанію, ви повинні почати формувати групу швидкого реагування сьогодні. Це група, яку ви підготуєте вступати в дію при першій ознаці негативу в ЗМІ.

До складу групи мають входити:

- Консультант з управління кризою у ЗМІ, який розуміється на юридичних питаннях. Цей фахівець повинен знати стратегію роботи з пресою і тактику серйозної гри. Також консультант повинен мати повагу до необхідності діяти таким шляхом, що не підірве стратегію дотримання законності вашою компанією.
- Адвокат, який розуміється на роботі з пресою. Інакше кажучи, юрист, який розуміє, що перемога перед судом громадської думки є настільки ж важливою, як і перемога у цивільному суді.
- Добре підготований оратор. Він не має бути спеціалістом з кризового менеджменту або адвокатом, або генеральним директором, або іншим керівником вищої ланки. Оратор має бути сміливою людиною, яка чітко висловлює думки, є добре поінформованою і підготованою до роботи з пресою у реальних ситуаціях.
- Допоміжний персонал, що займається різними питаннями, що можуть виникнути через кризу. Персонал також має бути підготованим слідувати тактиці, яка впливає з стратегії та обставин.
- Детективне агентство, яке буде очима і вухами вашої групи на місцях, збираючи важливу інформацію про ваших супротивників.
- Коло фахівців, яких ви можете залучити виступити від імені вашої компанії, якщо ситуація або суд не дозволяють вам виступити і захистити себе.

До того ж, прийшов час створити і підтримувати офіс «військових дій» для групи швидкого реагування. В цьому приміщенні мають бути телефонні лінії, ПК, Інтернет, факсимільні апарати та інші засоби зв'язку, що необхідні для безперервної і ефективної роботи.

Крок 3. Прийміть доктрину Пауела

США програли війну з В'єтнамом, тому що прийняли політику поступового нарощування військової присутності у відповідь на дії у Північному В'єтнамі. Ця стратегія залишила комуністам контроль за веденням війни. Вона приречла США на поразку із самого початку.

Молодий професійний військовий, Колін Пауел, побачив цю помилку на власні вічі і запрягся відмовитися від стратегії нарощування військового контингенту, коли прийшла його черга очолити американські війська.

Він отримав шанс скористатися власною стратегією під час війни у Перській затоці. Замість повільного вступу у конфлікт з Іраком, Пауел підштовхнув Білий Дім та Пентагон до прийняття нової стратегії:

1. Організувати нищівну військову присутність.
2. Вдарити силою і швидкістю.
3. Не дати ворогу жодного шансу пристосуватися.

Стратегія стала відомою як «доктрина Пауела». Якщо ви плануєте скористатися серйозним PR, рекомендуємо прийняти «доктрину Пауела».

Докризова підготовка – це варіант організації серйозної PR кампанії, що є подібною до нищівної військової присутності під час військових дій. Але це лише фізичний аспект. Тут є і психологічний аспект також.

Коли прийде день і хтось нападе на вас, ви маєте бути психологічно готовими відбити ворога і не дати йому жодного шансу відновити сили. Ви маєте бути безжальними.

Якщо ви не маєте сміливості, щоб впровадити таку серйозну PR кампанію до кінця, дотримуйтесь традиційної тактики.

Комунікації у кризових умовах

“Ми не викликаємо кризи, але вони приходять”
Елізабет Джейнвей

План для подолання кризи до того, як криза подолає вас

Не чекайте, поки криза прийде у ваше агентство, не маючи плану боротьби із нею. Інколи план подолання кризи називають **контролем над втратами**. Це стосується захисту репутації агентства та довіри до нього, коли виникає серйозна проблема, що може викликати увагу громадськості та засобів масової інформації. Ви можете передбачити майже 90 відсотків усіх кризових явищ, з якими може зіштовхнутися агентство. Решта 10 відсотків включає такі випадкові ситуації як природні катаклізми або підробка виробів. Оскільки ви можете передбачити більшість потенційних кризових явищ, ви можете підготувати план боротьби з ними.

П'ять типів кризи

Криза, пов'язана із пошкодженням матеріального активів

Шкода, що завдана вибухом, пожежею, витіканням певних речовин або природними катаклізмами.

Криза у відносинах з громадськістю

Негативні умови, створені організацією або зовнішніми організаціями, що налаштовані вороже до агентства або його місії.

Криза, пов'язана із працівниками

Включає смерть, саботаж або зменшення кількості працівників.

Криза, пов'язана із споживчими товарами

Включає дефектні вироби, контракти, що не можуть бути виконані, або голослівні твердження проти вашого агентства.

Криза репутації

Включає протизаконну діяльність або таку, що не сприймається громадськістю, таку як антиморальну поведінку, вживання наркотиків або обвинувачення чи арешт старшої посадової особи у агентстві. Це найбільш складна кризова ситуація в плані протидії.

Попередження кризи порівняно з реакцією на кризу

Найкращим шляхом попередження кризи є підготовка плану на випадок кризи, а саме плану управління кризою, та готовність діяти. Тільки погане управління кризою призведе ваше агентство до втрати поваги та довіри, яку воно будувало на протязі багатьох років. Існують сім фаз, через які, як правило, компанія проходить підчас кризи:

- | | | |
|----------------------|---|---------------|
| - Відмова; | - Створення нової компанії шляхом відділення від існуючої компанії та передача частини її активів | - Відновлення |
| - Бажане бачення; | - Контроль за втратами | |
| - Злість та агресія; | - Реконструкція | |

Маючи запобіжний план щодо кризи як планування на випадок кризи, ваша компанія може уникнути перших чотирьох фаз та рухатися негайно до контролю втрат. Це дасть вам можливість швидше відновитися. План щодо кризи дає вам можливість сформулювати більш масштабні ідеї та пояснення. Коли ви опиняєтеся посеред кризи, тиск звужує ваше бачення проблеми, залишаючи вас сліпими щодо альтернатив, які є очевидними під час підготовки плану, що складався в обставинах меншого тиску.

Як складати план щодо кризи, використовуючи обмін думками

- Пропонувати ідеї. Найважча робота – це довести старшим менеджерам необхідність плану. «Мозкова атака» або колективне обговорення проблеми щодо найбільш можливої кризової ситуації, яку ви можете мати. Попросіть дати оцінку тому, наскільки добре ви підготовлені, щоб впоратися з кризою.

- Оскільки ви запропонували ідею, працюйте із керівництвом для того, щоб розпочати мобілізацію та навчання спеціальної команди, що відповідатиме за координування плану на випадок кризи із кожним з групи людей, з якими у вас є спільні інтереси, у випадку кризової ситуації.

- Призначте старшого менеджера, який очолить внутрішню команду для обміну думками із працівниками. В команді мають бути представлені працівники з усіх відділів організації.

- Призначте старшого менеджера і команду для взаємодії з пресою. Підготовте декілька речників для спілкування із засобами масової інформації.

- Призначте менеджера і команди для обміну думками з покупцями, акціонерами, ключовими урядовими органами та правозахисними агенціями на вашій території.

- Призначте менеджера та команду для того, щоб протягом кризового періоду обновляти свою веб-сторінку.

- Забезпечте центральний сайт та номер телефону, де усі члени команди будуть звітувати у разі виникнення кризи. Забезпечте також додатковий сайт та номер телефону.

- Сплануйте та доведіть до відома працівників, наскільки швидко та ефективно ви будете спілкуватися з кожною групою. Упевніться, що команди знають, як контактувати один з одним у будь-який час, маючи робочі та домашні телефони членів команди, номери факсів та електронні адреси. Використовуйте інтранет веб-сторінку для розповсюдження інформації працівникам.

- Встановіть окремі пункти контакту для працівників, представників засобів масової інформації, покупців та інших осіб для надання по телефону інформації стосовно ситуації, що склалася.

- Встановіть, хто буде приймати остаточні рішення, коли ви будете видавати критичну інформацію.

- Потрібно, щоб кожна команда ознайомила з попереднім планом на випадок кризи, включаючи урядові органи. Визначте сильні та слабкі місця та шляхи поліпшення відносин. Розпочніть роботу над поліпшенням ситуації.

- Упевніться, що команди, відповідальні за врегулювання питань, пов'язаних із кризою, знають, як забезпечити важливі контакти у будь-який час. Упевніться також, що вони мають робочі і домашні телефони як основних, так і допоміжних контактів, а також обновляють ці

дані.

- Забезпечте навчальне тренування та моделювання поведінки. Усім членам кризової команди потрібне навчальне тренування, пов'язане із засобами масової інформації та кризою, а також регулярні курси підвищення кваліфікації. Нехай кожен буде наготові, та постійно оцінюйте нові потенційні проблеми.

- У деяких ситуаціях вам треба покладатися на безпровідний зв'язок між командами та посадовими особами правоохоронних органів. Працюйте вдома і проходите навчальне тренування; розміщуйте необхідне обладнання.

Що робити, коли приходить криза

- Обмінюйтеся думками. Не ховайтеся за словами «без коментарів». Якщо ви ховаєтеся, то ви зразу втрачаєте контроль над ситуацією. Навіть, якщо все, що ви можете сказати – це «я не знаю», говоріть це, скажіть, чому ви не знаєте і коли, на вашу думку, ви будете знати. Репортери ставляться позитивно до людей, що намагаються бути корисними.

- Ніколи не удавайтеся до брехні і не вигадуйте. Надавайте тільки фактичну, підтверджену інформацію.

- Нехай люди будуть у вас на першому місці. Допмагайте людям, що найбільше постраждали від кризи. Запам'ятайте, що у випадку інцидентів, ви маєте працювати в першу чергу із сім'ями постраждалих, а потім з будь-якими іншими групами. Якщо вони хочуть, виступайте від їх імені перед засобами масової інформації. Будьте уважними до правових обмежень стосовно інформації, таких як Закон про таємницю приватного життя та Закон про свободу інформаційної діяльності. Зрозумійте, яка інформація є публічною і від надання якої інформації вам потрібно утриматися.

- Обговорюйте те, що вас непокоїть стосовно жертв кризи.

- Будьте завжди доступні, щоб дати відповідь різним державним органам. Вам потрібно знати останній термін прийому матеріалів до друку в засобах масової інформації

- Не намагайтеся будувати оборону. Будьте готові до агресивних запитань. Можливо, вам прийдесться відповідати на одне і те ж саме запитання декілька разів.

- Підготуйте короткі, точні відповіді на питання. Не говоріть незв'язно. Використовуйте прості і зрозумілі слова. Короткі відповіді також допомагають зменшити нервозність.

- Виділіть час для пояснення репортерам важких питань.

- Здійснюйте контроль за повідомленнями у засобах масової інформації, швидко виправляйте помилки через контакти із репортерами чи кореспондентами.

- Не влаштовуйте юридичних баталій у засобах масової інформації. Висловлюйте впевненість у тому, що питання, пов'язані із цивільним судовим процесом або потенційним судовим процесом, будуть дуже уважно вивчені.

- Підготуйте завчасно ключові повідомлення. Вони мають бути короткими та по темі. Намагайтеся повторити їх декілька разів протягом інформаційної конференції або інтерв'ю.

- Займайтеся питаннями кризи, доки вона не закінчиться.

- Слідкуйте за новинами у засобах масової інформації для того, щоб оновлювати їх щодо превентивних заходів, які застосовувалися після закінчення кризи.

Запам'ятайте, що компанія, яка знаходиться у кризовому стані, оцінюється громадськістю, базуючись на чотирьох факторах, що забезпечують довіру та надійність:

- Співчуття та/або захист (як правило, протягом перших 30 секунд).
- Компетенція, експертиза та готовність.
- Чесність та відкритість.
- Відданість та посвячення.

Повідомлення про ризик

Оцінювання того, як аудиторія реагуватиме на урядові повідомлення щодо фізичного ризику є важким. Багато людей, чуючи слово **ризик**, пов'язують його із **небезпекою**.

Згідно з дослідженням питань обміну думками, пов'язаними із ризиком, люди можуть реагувати на новини про небезпеку одним із двох шляхів, а саме:

- думають про справедливість цієї ситуації або
- думають саме про фізичну небезпеку.

Часто люди, які контролюють фізичну небезпеку, думають про небезпеку. Вони фокусують увагу на тому, щоб ознайомити людей з тим, наскільки великою чи малою є реальна небезпека – проблеми з протекторами шин, низький рівень радіації або приготування м'яса без використання термометра. Вони ігнорують справедливість ситуації.

З іншого боку, люди, що отримують повідомлення, можуть хвилюватися щодо того, наскільки компетентними є менеджери з питань ризику і якими є їх мотиви. Вони не думають про фізичну небезпеку.

Аудиторія може дуже скептично сприймати повідомлення, які говорять, з одного боку, про те, що генетично змінені харчові продукти є безпечними, але з другого боку, говорять, що приготування їжі без термометру є небезпечним.

Що непокоїть вашу аудиторію? Ключ для обговорення питань ризику полягає в тому, щоб виявити, чим стурбована цільова аудиторія. Чи їх, головним чином, непокоїть питання менеджменту, або вони сконцентровані на тому, щоб зрозуміти фізичну небезпеку? Коли люди довіряють і поважають менеджерів з питань ризику, вони починають прислухатися до інформації про фізичну небезпеку.

Існує ряд посібників з питань обговорення ризиків. Одні навчають тому, як важливо слухати, інші дають гарні пояснення. Випробуйте методи успішного слухання, перш ніж ви намагатиметесь пояснити. Аудиторії складно слухати про біотехнологію 101, коли їх цікавить, чи є урок фактично вибаченням за поганий менеджмент чи неетичну практику.

Один набір методів успішного слухання та пояснення представлено Вінсенто Ковелло та Фредом Алленсом у брошурі агентства навколишнього середовища **Сім основних правил обговорення питань ризику**.

Вона містить 7 правил:

1. Сприймайте та залучайте громадськість у якості партнера. Ваша мета – мати поінформовану громадськість, а не заспокоювати громадське занепокоєння або заміщувати дії.
2. Сплануйте уважно та оцініть ваші зусилля. Різні цілі, аудиторії та засоби масової інформації вимагають різних послань та дій.
3. Прислухайтесь до того, що особливо непокоїть громадськість. Люди часто піклуються більше про довіру, надійність, компетенцію, справедливість та ідентифікацію, ніж про статистику та деталі.

4. Будьте чесними, щирими та відкритими. Отримати довіру важко; одного разу втрачену довіру майже неможливо відновити.
5. Працюйте з іншими надійними джерелами. Конфлікти та відсутність узгоджених позицій між організаціями роблять спілкування з громадськістю набагато складнішим.
6. Відповідайте на потреби засобів масової інформації.
7. Говоріть чітко та з ентузіазмом. Ніколи не дозволяйте, щоб ваші зусилля заважали вам визнати трагедію, чи то хворобу, чи тілесні пошкодження або смерть.

Не робіть пояснень, доки ви не почуєте аудиторію: Послухайте свою аудиторію про те, що непокоїть її в плані ризику, перш ніж ви скажете їм про те, що їх думки є правильними чи помилковими. Один із способів, щоб оцінити потенційну реакцію людей на ваше послання, полягає в тому, щоб зателефонувати декільком друзям та спитати їх, що вони думають про ваше послання.

Ваше послання має бути зрозумілим: ось зразок такого послання. Земля є невагомою. Слова у цьому ствердженні є зрозумілими. Це – коротке речення, тому його легко зрозуміти, чи не так? Ці слова не ускладнюють розуміння речення. Це суперечить інтуїтивній ідеї, що щось таке велике як Земля може якимось чином не мати ваги.

Інколи послання щодо ризику є саме такими, що суперечать нашому розумінню. Ось зразок такого послання: Єдиним способом, щоб впевнитися що гамбургер з яловичим фаршем приготований належним чином, є використання точного термометру для миттєвого вимірювання. Це складне послання в плані розуміння. Але не слова у цьому реченні і не довжина цього речення є проблемою.

Проблема полягає в тому, що теорії, які містяться в цьому посланні, є складними для розуміння. Ви почуваетесь добре. Тому, чому ви маєте використовувати термометр?

Коли в послання, що містить питання ризику, важко повірити, визнайте це. Спробуйте уявити ваше послання наступним чином:

- Викладіть зміст послання.
- Викладіть базову теорію.
- Надайте підтвердження, що ця теорія є здоровою.
- опишіть знайомий досвід, що робить цю теорію сумнівною.
- Потім поясніть наукову цінність та спосіб, завдяки якому цей знайомий досвід має сенс.

Ось що ви могли б сказати: Нові дані показують, що єдиним безпечним способом приготування гамбургеру з яловичим фаршем є використання миттєвого термометра. Багато з вас, можливо, думають, що ви почувалися останнім часом добре, коли готували гамбургер і не використовували термометр. Тому, логічно вважати, що вам не потрібно використовувати термометр.

«Але деякі люди, такі як молодь та люди старшого віку, є більш вразливими до шкідливих бактерій, ніж інші категорії людей. Можливо розвинути опір до шкідливих бактерій. Люди вважають, що колір м'яса є показником гарної якості та безпеки. Але колір м'яса є результатом інших факторів, таких як вплив кисню. За температури 160 градусів за Фаренгейтом яловичий фарш може бути коричневого або рожевого кольору. Це – температура приготування, яка вбиває шкідливі бактерії. Але як ви можете знати, чи ваш фарш достатньо гарячий для того, щоб вбити шкідливі бактерії? Використовуйте термометр, щоб впевнитися,

що ваш фарш є безпечним і смачним».

Слухаючи та вкладаючи певні ідеї у ваші послання, ви зможете краще оцінити, якого роду послання про потенційні ризики хоче чути ваша аудиторія.

ВИСНОВКИ

Цілі

Після цього заняття учасники зможуть:

1. Систематизувати і узагальнити отриманні знання.

Матеріал

Сторінка

ЧАСТИНА 5

СЛАЙДИ

Вступ

- I. Привітання та загальний огляд
- II. Мета навчальної програми «Стратегічні комунікації суду»
- III. Комунікації з зовнішніми аудиторіями суду: організаційна перспектива
- IV. Цінності цільових аудиторій – фундамент стратегічних комунікацій суду. Потреби та інтереси цільових аудиторій
- V. Аналіз цільових аудиторій суду і status quo комунікацій з ними. Методи збору та аналізу інформації
- VI. Комунікаційні цілі. Ключові повідомлення
- VII. Канали комунікації: власні, оплачені та зароблені медіа
- VIII. ЗМІ як посередник між судом і його цільовими аудиторіями. Медіа карта
- IX. Свобода преси та справедливий суд: баланс прав у світлі практики Європейського суду з прав людини
- X. Положення про взаємодію судів та ЗМІ або як упорядкувати взаємовідносини
- XI. Ефективна взаємодія з журналістами
- XII. Комунікаційні кампанії для цільових аудиторій
- XIII. Розробка комунікаційного плану суду
- XIV. Оцінка ефективності комунікацій
- XV. Антикризіві комунікації
- XVI. Висновки

Вступ

Ця частина навчально-методичного посібника містить пропозиції щодо змісту наочних засобів. Наочні засоби мають на меті доповнити усне представлення матеріалу викладачами та навчальні роботи, в тому числі дискусії та ситуативний аналіз. Зміст цієї частини навчально-методичного посібника представлено у формі, зручній для представлення на слайді. Проте той же самий зміст наочних засобів можна подати й на фліп-чарті або дошці для крейди.

Розділ „Слайди” побудовано відповідно до тем, що входять до шістнадцятигодинного розкладу (Частина 2). Нотатки в „Конспекті заняття” (Частина 3) стосуються в тому числі й наочних засобів у цій частині.

Як і в усіх інших частинах навчально-методичного посібника, викладачі мають модифікувати також і слайди таким чином, щоб ті відповідали їхньому викладові, що допоможе учасникам досягти цілей кожного окремого заняття.

ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД НАВЧАЛЬНОЇ ПРОГРАМИ „СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУДУ”

Цілі

Методи

Порядок денний

Організаційні питання

Ефективна комунікація

Поняття

Важливість для суду

Комунікаційна стратегія

Структура

Команда зі стратегічних комунікацій

- **Голова суду та заступники**
- **Спеціаліст із зв'язків з громадськістю/комунікацій**
- **Судді**
- **Керівник апарату суду**
- **Працівники канцелярії, відділу звернень громадян**
- **Охоронці**
- **???**

ЦІННОСТІ ПОТРЕБИ ІНТЕРЕСИ

- БЕЗПЕКА

- СПРАВЕДЛИВІСТЬ

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕНЬ

- **Спостереження**
- **Аналіз документів**
- **Медіа аналітика**
- **Фокус-група**
- **Анкетне опитування**
- **Експертне опитування**
- **Оцінка роботи суду відвідувачами з використанням карток громадянського звітування**

КОМУНІКАЦІЙНІ ЦІЛІ

SMART

S (specific) – специфічна

M (measurable) – яку можна оцінити (виміряти)

A (attainable) – яку можна досягти

R (relevant) – актуальна

T (time-bound) заснована на часі.

КЛЮЧОВІ ПОВІДОМЛЕННЯ

AIDA

A – attention (привернути увагу);

I – interest (втримати інтерес);

D – desire (викликати бажання);

A – action (спонукати до дії).

- Раціональні
- Емоційні
- Моральні

Передавачі повідомлень

Слайд VII-1

КОМУНІКАЦІЙНІ КАНАЛИ

Власні медіа

Оплачені медіа

Зароблені медіа

МЕДІА КАРТА

Назва ЗМІ	Вид	Тираж	Тематика	Регіон	Контакти редакції
	газети, ТВ, радіо, інтернет-ЗМІ, соціальні медіа		соціально-політичні, ділові, спеціалізовані (юридичні, економічні, розважальні і тощо)	Київ	

Свобода вираження поглядів та право на справедливий відкритий суд

Роль преси в демократичному суспільстві

- 1) інформувати громадян**
- 2) виконувати роль “вартового” суспільства**
- 3) забезпечити діалог влади і суспільства**
 - інформувати громадян про дії влади**
 - повідомляти владі про очікування громадян**

Судова влада і довіра громадян

**Судді не повинні
покладатися на
політиків**

**Судді мають
покладатися на**

1) громадян

**2) увагу преси до якості
відправлення
правосуддя**

3) парламент

Що таке резонансні судові справи?

- **Справи, які стосуються прав /інтересів багатьох осіб (обдурені інвестори, багато потерпілих, зловживання владою тощо)**
- **Справи, які відображають суспільні процеси і проблеми (підвищення комунальних тарифів, заборона мітингів, домашнє насильство, торгівля людьми тощо)**

Свобода інформації

- право невизначеної кількості осіб отримати інформацію, яку хтось хоче їм передати
- свобода дій уряду має бути обмежена правом особи/групи осіб реалізувати свої природні права.

Міфи щодо необхідності обмеження інформації із зали суду

- Преса може бути присутня в залі суду лише з дозволу сторін
- Справи, які розглядаються в суді, є приватними справами
- Сторони у справі (особливо, підсудний) мають право вимагати видалення журналістів із зали суду

Принцип гласності судового процесу

- Судовий процес відкритий для громадськості ,крім випадків передбачених законом
- Право присутніх для фіксації інформації:

*робити нотатки * використовувати аудіопристрій

*Судові рішення оголошуються прилюдно і розміщуються в Єдиному реєстрі судових рішень

Принцип гласності у розумінні Європейського суду з прав людини

- Принцип гласності дотримано тоді, коли широка громадськість поінформована про дату і місце слухання, яке є легко доступним.
- В багатьох випадках це забезпечується проведенням судового засідання в достатньо великому залі, який може вмістити всіх бажаючих
- Рішення у справі Гуматов проти Азербайджану (п.144)

**Стаття 11. ЗУ «Про судоустрій і статус суддів»
Гласність і відкритість судового процесу**

- **Розгляд справ у судах відбувається відкрито, крім випадків, установлених процесуальним законом. Учасники судового процесу та інші особи, присутні на відкритому судовому засіданні, можуть використовувати портативні аудіотехнічні засоби. Проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, відеозапису, а також транслявання судового засідання допускається за рішенням суду.**

Стаття 10 ЄКПЛ

Свобода вираження поглядів

- 1. Кожен має право на свободу вираження поглядів. Це право включає свободу дотримуватися своїх поглядів, одержувати і передавати інформацію та ідеї без втручання держави і незалежно від кордонів. Ця стаття не перешкоджає державам вимагати ліцензування діяльності радіомовних, телевізійних або кінематографічних підприємств.
- 2. Здійснення цих свобод, оскільки воно пов'язане з обов'язками і відповідальністю, може бути предметом таких формальностей, умов, обмежень або санкцій, що встановлені законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського спокою, для охорони порядку або запобігання злочинам, для охорони здоров'я або моралі, для захисту репутації або прав інших осіб, для запобігання розголошенню конфіденційної інформації або для підтримання авторитету і безсторонності суду.

Європейська Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод

Стаття 6 Право на справедливий суд

- 1. Кожен має право на справедливий і публічний розгляд його справи упродовж розумного строку незалежним і безстороннім судом, встановленим законом, який вирішить спір щодо його прав/обов'язків цивільного характеру або встановить обґрунтованість будь-якого висунутого проти нього кримінального обвинувачення.
- Судове рішення проголошується публічно, але преса і публіка можуть бути не допущеними в зал засідань протягом усього судового розгляду або його частини в інтересах моралі, громадського порядку чи національної безпеки в демократичному суспільстві, якщо того вимагають інтереси неповнолітніх або захист приватного життя сторін, або-тією мірою,що визнана судом суворо необхідною,- коли за особливих обставин публічність розгляду може зашкодити інтересам правосуддя.

Що таке інтереси правосуддя?

- Неупередженість судді
- Авторитет суду
- Презумпція невинуватості підсудного
- Захист свідків
- Захист потерпілих

Обмеження права на отримання інформації

- Не надання інформації, яка є у вільному обігу
- Чинення перешкод в отриманні інформації
- Приховування інформації
- Віднесення відкритої інформації до категорії з обмеженим доступом

Обмеження прав журналістів в суді

- Не надання інформації про час і місце слухання справи
- Видалення журналіста із зали суду
- Заборона робити нотатки
- Заборона користуватися диктофоном
- Вимога акредитації

Співвідношення прав за статтями 6 та 10 ЄКПЛОС

Стаття 6	Стаття 10
<ul style="list-style-type: none">■ Право на справедливий гласний процес неупередженим незалежним судом■ Презумпція невинуватості■ Захист приватності <p>Інтереси суспільства отримати інформацію із зали суду</p>	<ul style="list-style-type: none">■ Свобода вираження поглядів■ Свобода одержувати інформацію■ Свобода передавати інформацію <p>Інтереси правосуддя</p>

Співвідношення прав за статтями 6 та 10 ЄКПЛОС

- 1) Open justice - доступ до судових засідань (Гуматов проти Азербайджану)
- 2) Неповага до суду -невиконання судового наказу (Гудвін проти Великої Британії, Корпорація БіБіСі проти Великої Британії,)
- 3) Авторитет судової влади
- 4) Публічні виступи суддів (Кудешкіна проти Росії)
- 5) Публічні виступи адвокатів (Шьопфер проти Швейцарії, Нікула проти Фінляндії, Аміхалакноае проти Молдови)
- 6) Коментарі журналістів (Вебер проти Швейцарії, Ворм проти Австрії, Санді Таймс проти Сполученого Королівства)
- 7) Упередженість судді - Лавенц проти Латвії
- 8) Критична оцінка судових рішень (Де Хаес та Гійзельс проти Бельгії)
- 9) Критика суддів (Де Хаес та Гійзельс проти Бельгії, Прагер та Обершлік проти Австрії, Кіпряну проти Кіпру, Гріко проти Словаччини, Сабоу та Піркалаб проти Румунії)

Роль преси у висвітленні судових справ

- Преса не повинна брати на себе функцію суду (*Ворм проти Австрії*)
- Суди не функціонують у вакуумі
- Судові рішення є частиною суспільного життя і їх обговорення, в т.ч. і в пресі, є важливим чинником громадської дискусії (*Де Хаес та Гійзельс проти Люксембургу*)

Про стриманість суддів

- Суддям має бути властиве почуття професійної стриманості. Вони не повинні реагувати на кожен випадок преси (*Де Хаес та Гійзельс проти Люксембургу*)

Доступ преси до судових слухань

25% визнали, що у чому у журналістів не повинно бути проблем з доступом

45% висловилися за те, що робота журналістів в суді не повинна порушувати права інших осіб

30% вважають, що в судах можуть працювати лише акредитовані журналісти

Довіра суддів до преси

- 40% довіряють окремим журналістам
- 37% довіряють окремим виданням/каналам
- 4% довіряють пресі в цілому
- 19% не довіряють нікому

Право преси інформувати суспільство про роботу суддів/судів

- **57% опитаних суддів визнали**
- **10% визнали із затереженням, що висвітлення буде об'єктивним**
- **33% не визнали**

Присутність преси у залі суду

- 50% опитаних суддів вважають, що дисциплінує учасників процесу
- 33% -що сприяє прозорості судового процесу
- 13% - що заважає відправленню правосуддя
- 4% - що ніяк не впливає на процес

Три рішення по статті 10 ЄКПЛ проти України

- **Українська пресова група проти України**
- **Ляшко проти України**
- **Салов проти України**
- **високий Суд зосередив свою увагу на 2 питаннях:**
- **1)чи національне законодавство України і практика його застосування узгоджується з конвенційним правом і практикою Європейського Суду по статті 10 ЄКПЛ ?**
- **2)чому українські суди не змогли забезпечити свободу висловлювань заявників ?**

Стандарти захисту свободи слова і преси

- більша відкритість публічних осіб для критики преси і менший рівень захисту їх репутації
- “...Захист політиками своєї репутації не повинен суперечити інтересам суспільства у проведенні відкритої дискусії з політичних питань” (із рішення по справі *Лінгенс проти Австрії*, п.42)
- Див.рішення у справі *Лінгенс проти Австрії* (*Lingens v.Austria*) від 8 липня 1968 року ,

Суспільно значимий характер інформації

- “Право вільно поширювати інформацію не обмежено лише інформацією чи ідеями, які прихильно сприймаються, або сприймаються як необразливі чи байдужі, а включає й такі, що ображає, шокує або тривожить.
- Такими є вимоги плюралізму, толерантності і широти поглядів, без яких нема демократичного суспільства”
- *(із рішення по справі Хендісайд проти Сполученого Королівства від 7 грудня 1976 року п.49)*

Оцінні судження

- професійний привілей чесного коментування подій і фактів з розмежуванням оцінних суджень від тверджень фактів[1]
- “Там, де існування фактів можна продемонструвати, правдивість оцінних суджень не підлягає доведенню. Вимогу доводити достовірність оцінних суджень неможливо виконати і це зачіпає свободу думки що є фундаментальною складовою свободи висловлювань” (*рішення по справі Лінгенс проти Австрії від 8 липня 1986 р.,п.46*)
- Лінгенс проти Австрії, п.46

ПОЛОЖЕННЯ ПРО ВЗАЄМОДІЮ СУДІВ ТА ЗМІ

10. Організація взаємодії суду із ЗМІ та журналістами
11. Обов'язки журналістів
12. Доступ журналістів до приміщення суду
13. Доступ журналістів на судові засідання
14. Порядок під час судового засідання
15. Інформаційні запити ЗМІ і журналістів
16. Доступ журналістів до судових рішень, матеріалів судового процесу і архівів суду
17. Проведення в залі судового засідання фото- і кінозйомки, теле-, відео-, звукозапису
- 18.** Організаційні питання проведення інтерв'ю із суддями

ФОРМАТ ВЗАЄМОДІЇ З ЖУРНАЛІСТАМИ

- Прес-анонс, прес-реліз
- Прес-конференція
- Прес-брифінг
- Прес-тур
- Відповіді на запити ЗМІ
- Неформальне спілкування

Слайд XIII-1

Комунікаційні пріоритети					
Цільова аудиторія	Комунікацій на ціль	Комунікаційна кампанія	Ключове повідомлення	Канали комунікації	Особа передавача

Комунікаційні кампанії						
Комунікацій на кампанія	Задачі	Заходи	Строки	Відповідальні особи	Партнери	Матеріальні ресурси

ПОКАЗНИКИ ЕФЕКТИВНОСТІ КОМУНІКАЦІЙ

- охоплення аудиторії;
- кількість унікальних контактів;
- кількість згадувань певних ключових; повідомлень/осіб у медіа;
- тональність публікацій;
- кількість отриманих відгуків на ті чи інші повідомлення та їх тональність;
- кількість учасників заходів суду;
- якість заходів;
- кількість осіб, що комунікує з судом різними каналами;
- рівень їх задоволеності роботою суду тощо.

ЧАСТИНА 6

ОЦІНКА НАВЧАННЯ

Вступ

Оціночна форма

Вступ

Оцінювання навчальної програми для суддів дуже важливе для учасників, викладачів та організаторів. Під час заповнення оціночних форм учасники продовжують бути залученими до навчального процесу. При цьому вони можуть висловити свої думки щодо курсу. Заповнюючи оціночну форму, учасники аналізують кожен елемент курсу, що сприяє закріпленню набутих ними знань. Що стосується викладачів, оцінки є для них засобом зворотного зв'язку щодо того, які саме навчальні роботи виявилися найбільш ефективними з точки зору сприяння досягненню цілей програми. Результати оцінювання можуть допомогти викладачам ще більше підняти рівень їхньої викладацької майстерності. Насамкінець, організатори використовують результати оцінювання для того, щоби визначити ефективність програми і внести до неї необхідні зміни в майбутньому.

Ефективна оціночна форма може містити багато різних питань. Організатори повинні включити до неї питання щодо кожного моменту, стосовно якого вони хочуть мати зворотний зв'язок від учасників. В області навчання суддів багато оціночних форм містять розділи, де питається про таке:

- Чи досягнуто цілей програми;
- Цінність змістовної частини занять;
- Якість матеріалів кожного окремого заняття;
- Ефективність кожного викладача;
- Загальна цінність курсу; і
- Якість приміщень та харчування.

ОЦІНОЧНА ФОРМА
„СТРАТЕГІЧНІ КОМУНІКАЦІЇ СУДУ”

[дата програми]

Ваші погляди на програму, в якій Ви брали участь, допоможуть нам зробити майбутні програми кращими. Будь ласка, уважно прочитайте кожне з питань, що містяться у формі. Ваші відповіді залишаться конфіденційними і використовуватимуться лише для академічних цілей.

1. Оцініть перелічені нижче цілі курсу. Будь ласка, дайте оцінку тому, наскільки успішною виявилася програма з точки зору досягнення вказаних цілей. (Окремі оцінки змістовної частини, матеріалів, викладачів, приміщень та харчування дасте нижче в цій формі.)

В результаті опанування цієї програми учасники зможуть:

Низька

Висока

- | | | | | | | | |
|---|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| • Пояснити важливість ефективної комунікаційної взаємодії суду із своїми цільовими аудиторіями. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Визначити основні принципи та поняття у сфері комунікацій. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Спланувати і провести комунікаційні дослідження, визначити комунікаційні пріоритети суду. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Проаналізувати цільові аудиторії суду, їх потреби і вподобання, цінності та інтереси. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Визначити ефективні канали комунікації з цільовими аудиторіями. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Сформулювати ключові повідомлення суду до кожної з цільових аудиторій. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Визначити основні комунікаційні інструменти і скласти комунікаційний план суду. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Сформулювати комунікаційну стратегію суду. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Проаналізувати ефективність комунікаційної взаємодії суду з цільовими аудиторіями. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |
| • Управляти комунікаціями під час кризових ситуацій. | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] | [6] | [7] |

Коментарі:

2. Оцініть змістовну частину та матеріал кожного окремого заняття. Будь ласка, дайте оцінку доречності змістовної частини та якості матеріалів, використаних під час або після заняття.

Заняття	Низька				Висока		
Привітання та загальний огляд							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Мета навчальної програми „Стратегічні комунікації суду”							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Комунікації з зовнішніми аудиторіями суду: організаційна перспектива							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Цінності цільових аудиторій – фундамент стратегічних комунікацій суду. Потреби та інтереси цільових аудиторій							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Аналіз цільових аудиторій суду і status quo комунікацій з ними. Методи збору та аналізу інформації							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Комунікаційні цілі. Ключові повідомлення (статті 3, 4 та 12)							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Канали комунікації: власні, оплачені та зароблені медіа							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
ЗМІ як посередник між судом і його цільовими аудиторіями. Медіа карта							
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]

Змістовна частина							
Матеріали							
Свобода преси та справедливий суд: баланс прав у світлі практики Європейського суду з прав людини	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							
Положення про взаємодію судів та ЗМІ або як упорядкувати взаємовідносини	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							
Ефективна взаємодія з журналістами	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							
Комунікаційні кампанії для цільових аудиторій	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							
Розробка комунікаційного плану суду	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							
Оцінка ефективності комунікацій	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							
Антикризові комунікації	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Змістовна частина	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Матеріали							

Коментарі:

3. Оцініть кожного викладача. Будь ласка, дайте оцінку кожному викладачеві з точки зору його навчальних методів та ефективності.

[Ім'я викладача]	Низька			Висока			
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]

Коментарі:

[Ім'я викладача]

Низька

Висока

[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Коментарі:

[Ім'я викладача]

Низька

Висока

[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Коментарі:

[Ім'я викладача]

Низька

Висока

[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Коментарі:

4. Оцініть загальну цінність програми

Низька

Висока

[1] [2] [3] [4] [5] [6] [7]

Коментарі:

5. Оцініть якість приміщень та харчування

	Низька				Висока		
Приміщення	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Харчування	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]
Коментарі:							

6. Будь ласка, надайте свої рекомендації щодо покращення цього курсу у майбутньому

¹ Ключові компетенції та обов'язки фахівця зі зв'язків із громадськістю у суді, Конференція фахівців зі зв'язків із громадськістю у судах, Вільямсбург, Вірджинія, 2000.

² «Спілкування зі ЗМІ при впровадженні особливо важливих справ», Джерріан Гейслетт, Асоціація суддів Каліфорнії, *The Bench*, 2009

³ Дослідження сприйняття громадськістю судів у судах штату Міннесота, Decision Resources, Ltd., 2006

⁴ «Проведення судових процесів з загальновідомих справ», Мерфі, Ханнафорд, Лав ленд, Мунстерман, Національний центр судів штатів, Вільямсбург, Вірджинія, 1992, переглянуте й виправлене видання 1998.

⁵ «Повернення до справи «Шенпарт проти Максвел» – Чи традиційні правила працюють для нетрадиційних ЗМІ?», Гері А. Хенгстлер, юридичний факультет Дюкського університету, журнал «*Journal of Law and Contemporary Problems*» (*Журнал правових та сучасних проблем*), 2008.

<http://www.law.duke.edu/journals/lcp/index>

⁶ «Нові ЗМІ» та суди: Журналісти та судді розмірковують про комунікації у та про суди в еру Інтернету», Віллер, Райдер, Інститут управління, Вашингтон, травень 2009.

⁷ «Висвітлення діяльності судів: Посібник для журналістів», С.Л. Александер, Університет Лойоли, Нью-Орлеан, Rowman & Littlefield Publishers, Inc., 2003.

⁸ «Від хаосу до відмінного порядку: Уроки у відносинах зі ЗМІ для судів зі справи «Народ проти Скотта Петресона», Александер Айтман, журнал «*Court Manager* 19», № 4 (зима 2004-05): 6-21.

⁹ «Цирк приїхав до міста: ЗМІ та особливо важливі процеси », Девід Селлерс, юридичний факультет Дюкського університету, журнал «*Journal of Law and Contemporary Problems*» (*Журнал правових та сучасних проблем*), 2008.

<http://www.law.duke.edu/journals/lcp/index>