

"высвечивание" журналистов, поддерживающих "ВР" и перспективных его сторонников;
 анализ финансового положения и источников финансирования газет, продюсерских фирм, журналов, телерадиокомпаний;
 анализ показателей конъюнктуры фирм, финансирующих СМИ, а также потенциальных инвесторов;
 изучение динамики рекламных ставок по различным СМИ, основных показателей конъюнктуры рекламного рынка, способов продвижения рекламного сообщения к публикации (в конкретных СМИ), а также возможного механизма блокирующего распространение рекламного сообщения;
 анализ биографических данных, интересов и предпочтений в различных областях редакторов и ключевых журналистов СМИ;
 ведение информационных баз данных в области СМИ;
 анализ компьютерной информации, распространяемой по спецсистемам (спец. тематические сводки ИА, информация ЦОИ АП, Аналитических центров АП и т.д.);
 иные исследования.

2) Направление пропагандистских кампаний определяется Советом по информационной политике, который собирается на заседания (или встречи в неформальной обстановке) каждую неделю.

Технология кампаний разрабатывается в рамках специального направления Службы, на этом уровне определяются механизмы и конкретные ответственные лица за те или иные публикации.

Сотрудники службы строго контролируют реализацию плана кампании и качество исполнения этого плана по отдельным отрезкам.

3) Основная оперативная информация "ВР" распространяется не с помощью пресс-релизов, заявлений, сообщений блока, а через сводки информационных агентств.

Для этого подготовленные Службой "ВР" сообщения через сотрудников крупнейших ИА оформляются в виде сообщений (интервью) собкорров этих агентств.

Количественные показатели: не менее 1 сообщения в каждой сводке на политическую тему.

Качественная задача: сделать материал, который "схватят" газеты и информационные телевизионные службы.

4) Группы по связям с ТВ, РВ, и печатными СМИ осуществляют следующие функции:

- доводка до публикации сообщений ИА, подготовленных "ВР";
- организация "заказных" публикаций, включая письма;
- обеспечение подготовки телерадиопрограмм;
- индивидуальная работа с журналистами;
- координация активности пресс-секретарей лидеров "ВР";
- содержательная подготовка представительских мероприятий с участием журналистов, их участия в пресс-эскорте (в том числе и зарубежном);
- подготовка индивидуальных предложений по решению социальных проблем журналистов;
- обеспечение работы клуба (пресс-бара).

**ФИНАНСИРОВАНИЕ СЛУЖБЫ ПО СВЯЗЯМ СО СМИ
 "Выбора России"**

Штат сотрудников - 1,8 - 2,1 тыс.с в месяц

Договоры с аналитиками - 3,1 - 3,9 тыс.с в месяц

Работа с журналистами,
 представительские расходы,
 подготовка заказных материалов - 9 - 16 тыс.с в месяц