

## ЛЕКЦИЯ 3

### Организация мероприятий для СМИ

Основными мероприятиями для журналистов являются пресс-конференция и брифинг.

Пресс-конференция – специально организованное мероприятие, встреча официальных лиц (руководителей, политических деятелей, представителей государственной власти, специалистов по связям с общественностью, бизнесменов и т.п.), с представителями прессы, телевидения, радио с целью информирования общественности по актуальным вопросам, чтобы (сообщить важную новость, познакомить с важной информацией или сделать важное заявление).

Поводом для пресс-конференции может послужить любое значимое событие с участием компании, информационный повод, который может привлечь внимание СМИ и стать интересным для целевых аудиторий, к примеру объявление о выпуске нового товара, об открытии нового завода, о получении патента на изобретение, объяснения в трудной ситуации, например, при предъявлении фирме обвинения в загрязнении окружающей среды и т. д. О проведении пресс-конференции журналистов заранее информируют по телефону, электронной почте, факсу. Перед началом пресс-конференции важно зарегистрировать всех представителей СМИ, чтобы потом отследить выход публикаций и сюжетов. В пресс-конференции участвуют модератор, спикеры – основные и дополнительные, а также специалисты, которые могут прокомментировать проблему.

Сценарий пресс-конференции должен быть отработан поминутно:

- открытие, представление организаторов пресс-конференции;
- вступительное модератора;
- выступления спикеров;
- ответы на вопросы журналистов;
- закрытие;
- неофициальная часть, включающая просмотр слайдов, видеороликов и т.п.

Брифингом называется встреча официальных лиц с представителями СМИ, на которой кратко излагается официальная позиция по определенному вопросу. Чаще всего брифинг – это мероприятие, на которое приглашаются представители масс-медиа для сообщения о каком-либо неординарном событии или для заявления руководства определенной организации относительно чего-то, высказывания позиции по какой-либо проблеме. На его подготовку отводится мало времени. Брифинг может проходить как на месте события, так и в другом месте. Чаще все после брифинга вопросы не задаются.

Также для журналистов компании организуют пресс-туры, пресс-ланчи, пресс-приемы и специально организованные события.