

*Филологические науки***ПРЕСС-РЕЛИЗ. ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЯ.
ОПЫТ РАБОТЫ
(учебное пособие)**

Ахметова Л.С.

*КазНУ им. аль-Фараби, Алматы,
e-mail: laila_akhmetova@mail.ru*

Рекомендовано к изданию УМС РУМС МОН РК.

Учебное пособие профессора Лайлы Сейсембековой Ахметовой посвящено одному из инструментов информационных технологий – пресс-конференции и методике ее организации и проведения, подготовке и написанию пресс-релизов, опыте работы с правоохранительными органами. Брошюра имеет большой блок приложений для начинающего работника пресс-службы. Рекомендуется студентам факультета журналистики, связей с общественностью, политологии, психологии, социологии, юридических, международных и других специальностей, а также всем интересующимся вопросами масс медиа и PR

Профессиональное управление репутацией организации – залог успеха всего жизненного цикла организации.

К числу составляющих успеха деятельности всей работы являются и продвижение организации, его товара или услуг.

Одним из инструментов продвижения считается работа со средствами массовой информации. Взаимодействие с масс медиа осуществляется через несколько каналов, одним из них является организация и проведение пресс-конференции. Но для того, чтобы провести пресс-конференцию, необходимо грамотно и правильно уметь написать пресс-релиз и направить его в средства массовой информации.

Наиболее правильные определения пресс-службы и связей с общественностью заключаются в том, что их управленческая деятельность ответственна за создание благоприятных отношений с ключевыми аудиториями.

Одна из характеристик хорошего управления – это его стабильность и согласованность.

Деловая индивидуальность, социальная ответственность – эти и ряд других факторов влияют на репутацию организации, показывают стиль и жизнь организации, единый голос внутри для всех деловых объединений. И этот голос работники пресс-служб государственных и правоохранительных учреждений должны донести до каждого гражданина своей страны.

Эта брошюра – первый опыт и попытка на одном из инструментов новых технологий показать, как необходимо проводить пресс-конференции и писать пресс-релизы. Она предназначена для помощи, как профессионалам, так

и новичкам в карьере работника пресс-служб и PR-отделов. Это учебное пособие также является и практическим руководством к действию для менеджеров предприятий и организаций, которым необходимы хорошие связи с общественностью.

Студентам факультета журналистики Казахского национального университета имени аль-Фараби посвящаются новые деловые игры и инновационные разработки в организации и проведении пресс-конференций, подготовке и написании пресс-релизов.

Подготовка и распространение пресс-релизов, справок, анонсов, информационных сообщений, выпуск новостей или памятных записок для СМИ составляют основу работы отделов связей с общественностью или пресс-служб государственных органов с прессой. В различных странах эти профессиональные инструменты называются по-разному, но их назначение одно и то же: подать материал, анонсировать событие, предоставить цифры и факты.

Пресс-релизы – это сводка фактов о программе или проблеме, к которой Вы хотите привлечь внимание СМИ. Они представляются в стандартной форме. Основным критерий пресс-релиза заключается в том, что он должен содержать новую информацию.

Совсем недавно о пресс-релизе практически никто не знал. Сегодня пресс-релиз является главной составляющей любого плана PR-кампании.

Пресс-релизами заполнены факсы и почтовые ящики любых масс медиа. В республиканские СМИ, по последним данным, приходит от 300 и выше пресс-релизов в день. И большая часть из них идет в корзину.

Время движется с неумолимой силой вперед, и, если 10 лет назад мы обучали первых ласточек тому, как писать пресс-релизы, то сейчас любое мероприятие любого масштаба без пресс-релиза не обходится.

Существует множество методик и рекомендаций написания пресс-релизов. Но объединяет их несколько главных условий: стандартный формат, лаконичность, информационный повод и оперативность доставки.

Различают анонс и пресс-релиз.

В Казахстане характерно следующее: анонсы пишут незначительное количество кампаний как государственных, бизнес, так и гражданского сектора. Все сразу предпочитают подготовить и распространить пресс-релиз.

Наша особенность еще состоит и в следующем, что различают два вида пресс-релиза: о готовящемся событии и пресс-релиз послесобытийный.

Послесобытийный пресс-релиз занимает не большое место в нашем обществе, и это связано с тем, что не хватает временных, финансовых и человеческих средств. С ростом конкуренции будут совершенствоваться работы и в этом направлении. Будут увеличиваться количество компаний, пишущих анонсы, пресс-релизы разных видов. Но это – дело будущего. Поговорим о действительности.

Хороший пресс-релиз – это 70 % успеха Вашей деятельности.

При подготовке и написанию пресс-релиза Вы выполняете роль журналиста и PR-специалиста.

Существует три наиболее распространенных предмета пресс-релиза:

- Объявление.
- Управленческие изменения.
- Публичное выступление.

Пресс-конференция – это мероприятие, на котором присутствующие журналисты задают вопросы.

В одном из российских учебных пособий пресс-конференция определяется как разновидность интервью с большим количеством интервьюеров-журналистов, задающим вопросы одному или нескольким известным лицам. Пресс-конференция приобретает характер аналитико-публицистического жанра, если она ведется с целью не просто информирования, но и анализа факторов события.

Пресс-конференция проводится – если есть важная новость, которая заинтересует масс медиа и общественность.

Информационные поводы для проведения пресс-конференции:

- Необходимость донести важную информацию для большого количества людей.
- Необходимость дать разъяснения по вопросу, вызывающему озабоченность общественности.
- Если журналисты хотят задать вопросы руководителю или ответственному лицу и для того, чтобы все масс медиа имели равную возможность с этим лицом.
- Если есть необходимость рассказать через СМИ о новом товаре или изобретении, инициативе, представляющем широкий интерес и продемонстрировать его.
- Приезд «звезды» и возможность взять интервью.
- При возникновении проблемы или форс-мажорных обстоятельств – для необходимости встретиться журналистам с кем-нибудь для разъяснения ситуации и ответов на вопросы.

Две причины проведения пресс-конференции:

- Журналистам услышать ваше заявление
- Задать интересующие журналистов вопросы и получить ответ.

Подготовить и написать пресс-релиз сегодня практически должен уметь каждый менеджер

любой компании, государственного и бизнес учреждения или правоохранительной структуры.

Проведение пресс-конференции могут сделать и специально подготовленные менеджеры пресс-клубов страны, работники пресс-служб и связи с общественностью учреждений и ведомств.

Организация и проведение этих мероприятий стало нормой жизни, как и в гражданском секторе страны, так и в государственных, правоохранительных и бизнес-структурах. Все это является одним из признаков транспарентности и развития гражданского общества и демократии в стране.

Безусловно, многое предстоит внедрить и обучиться инновационным технологиям, практически врывающимся в нашу жизнь и заставляющую постоянно обучаться и двигаться вперед. И мы это успешно делаем!

УРОКИ РУССКОГО (учебный комплекс для иностранных студентов нефилологических факультетов гуманитарных вузов)

Боженкова Р.К., Боженкова Н.А.

*Юго-Западный государственный университет,
Курск, e-mail: kafruslang@mail.ru*

Учебный комплекс «Уроки русского», созданный Р.К. Боженковой и Н.А. Боженковой, адресован студентам-иностранцам, обучающимся в вузах гуманитарного профиля (социологам, журналистам, политологам, философам, экономистам и др.) и владеющим русским языком в объеме Первого сертификационного уровня – ТРКИ-I (в в Европейской системе уровней владения иностранным языком соответственно В1). Комплекс состоит из учебника для студентов и методических материалов для преподавателей.

Исходя из того, что основная задача комплекса, как ее сформулировали авторы, – активная отработка речевых навыков в сочетании с совершенствованием культурологических умений, ориентированных на стирание граней между учебным и естественным общением, учебник, входящий в состав учебного комплекса, может быть эффективно использован в любой профессиональной аудитории, заинтересованной в систематизации и комплексном расширении знаний о русском языке и русской культуре.

Данный учебный комплекс отличает новизна методических подходов, имеющих в своей основе глубокое теоретическое обоснование. Он реализует четко продуманную и обоснованную авторскую концепцию обучения русскому языку как иностранному на завершающем этапе системы РКИ.

Так, следствием более широкого, чем в традиционной методике, представления о наполнении конституента «личность» стало новое видение авторами характера и степени реализации каждого из компонентов в триаде *язык – культура – личность* на разных этапах обучения.