Федерация профсоюзов Свердловской области
www.fnpr.org
Департамент социальных гарантий и информации
8 (343) 371-21-07 e-mail pressa@fnpr.org скайп a371-21-07

КАК ПРОВЕСТИ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЮ

(Краткая инструкция для профсоюзного активиста)

Пресс-конференция – мероприятие для журналистов, приуроченное к определенному информационному поводу.
Информационный повод – основание для обращения в СМИ по ключевому событию, которое может заинтересовать аудиторию СМИ; важная, оперативная, актуальная информация или календарное событие; служит формированию взгляда общественности на предмет информповода.
Пресс-кит – комплект текстовых, фото и аудиодокументов с информацией для СМИ.

Подготовительный этап

1. **Определить цель** *(привлечь внимание общественности, обратиться к соцпартнерам, рассказать о конкретном успехе профсоюза, решении проблемы, анонсировать событие, разъяснить требования, позицию профсоюзов).*
2. **Определить информповод.** *Для профсоюзов это часто - Первомай, 7 октября; акция по защите прав работников; ход переговоров; годовщина профорганизации; подписание колдоговора, соглашения и т. д.*
3. **Определить ньюсмейкеров** *(1-4 чел., максимально компетентные в теме пресс-конференции: первые лица профорганизации, профактив).*
4. **Подготовить помещение** *(«задник» с названием и логотипом профсоюза; таблички с Ф. И. О., должностями выступающих; микрофоны, стаканы, вода в маленьких бутылках; наличие розеток, вайфая, освещения, возможности демонстрации презентации и т.д.). Таблички, направляющие к месту проведения пресс-конференции. Обеспечить проход журналистов к помещению.*
5. **Определить дату** *(вторник-четверг, первая половина дня).*
6. **Написать за 4-5 дней анонсирующий пресс-релиз** *(см. Листовку ФПСО «Как написать пресс-релиз»).*
7. **Разослать пресс-релиз в СМИ** *(предварительно сформировать базу данных СМИ: адреса электронной почты, тел., Ф. И. О. редакторов, журналистов, специализацию СМИ).*
8. **Накануне - напоминающий пресс-релиз; обзвон СМИ** (*получен ли редакцией пресс-релиз, известны ли имена конкретных журналистов (съемочной бригады).*
9. **Подготовить пресс-кит** *(пресс-релиз, резолюция, обращение профсоюза, история и структура профорганизации, действующие контакты, биография профлидера, материалы и фотографии по теме пресс-конференции, в т. ч. в электронном виде и т. д.).*

Проведение пресс-конференции

1. Провести регистрацию СМИ по готовому списку, раздать пресс-кит.
2. Общее время пресс-конференции - не более 30-40 мин.
3. Представить выступающих журналистам.
4. Первый выступающий – до 5 мин. Второй – до 3 мин. Третий – до 1 мин. Без повторов.
5. После выступления участников уточнить у журналистов, есть ли еще вопросы.
6. Закончить пресс-конференцию, поблагодарить всех за участие.
7. По возможности обеспечить кофе-брейк.

После пресс-конференции

Провести мониторинг опубликованных (вышедших в эфире) материалов; отследить реакцию читателей в форумах СМИ; обеспечить ответную реакцию профсоюза.

Если пресс-конференция планировалась в перерыве какого-либо мероприятия, лично подводите журналистов к ньюсмейкерам по очереди.

Помните: мы все находимся в едином информационном поле, создаем его совместно, определяя имидж профсоюзов – мощной организации, стоящей на защите прав и интересов людей труда; равноправной стороны в системе социального партнерства «власть – бизнес – профсоюзы как законные представители наемных работников».

Изготовлено ООО ПРофессионал по заказу НЧОУ ДПО «Учебно-методический центр профсоюзов Свердловской области». Тираж 900 экз. Октябрь 2016 г. Тел. 8-912-240-29-10, 8-912-049-22-22, e-mail: pr-profi@bk.ru.