

ЦИКЛ МАТЕРІАЛІВ ПРО ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ПРЕС-КОНФЕРЕНЦІЙ ЯК СКЛАДОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ З МЕДІА

Невмержицький Олександр

здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

Партико Зіновій Васильович

професор кафедри журналістики, реклами та PR
Житомирський державний університет імені Івана Франка, Україна

У сучасній медіасфері пресконференція розглядається як один із найважливіших засобів комунікації між організаціями, установами та журналістами. Особливої актуальності вони набули в умовах, коли ефективна взаємодія зі ЗМІ визначає успішність та результативність донесення інформації до широкого загалу.

Метою дослідження у моїй дипломній роботі став аналіз особливостей проведення пресзаходів як ключових елементів медіакомунікації, визначення специфіки їхнього функціонування в українському інформпросторі та розробка власних практичних робіт для підвищення ефективності цього інструменту зв'язу.

Теоретичні засади цього дослідження розглядалися у працях українських та іноземних фахівців. Зокрема, питання організації засідань висвітлено в роботах представників Інституту масової інформації, які неодноразово акцентували увагу на необхідності професійного підходу до планування та проведення прессемініарів. Практичні аспекти взаємодії з медіа через пресконференції досліджували спеціалісти ресурсного центру ГУРТ, які щоразу наголошують на важливості врахування специфіки діяльності журналістів при організації медіазаходів.

Загалом, пресконференцію звикли визначати як зібрання представників преси, радіо й телебачення з актуальних питань, які ініційовані офіційними особами, державними, політичними, громадськими чи науковими діячами тощо. Формат пресконференції дає можливість структурам різного рівня масштабно представити результати своєї роботи або ж анонсувати новий проєкт, який міг би підкреслити її значущість у сучасному процесі комунікації.

Дослідженням було виявлено кілька ключових особливостей проведення пресконференцій в сучасних умовах. Перше, це те, що організація таких заходів потребує ретельного прорахунку всіх нюансів та планування. Сюди відноситься підготовка спікерів, написання та розсилання пресрелізів, акредитація ЗМІ. В другу чергу, при плануванні медіазустрічі необхідно завжди брати до уваги доречність часу і місця, а також оповіщення медіапредставників. По-третє, не менш важливим є забезпечення саме двостороннього спілкування, адже пресконференцією передбачається не лише інформування, а й активна участь журналістів у обговоренні теми та постановка ними важливих запитань.

Аналіз практики проведення брифінгів із залученням ЗМІ в Україні показує, що ефективність цього комунікаційного інструменту залежить від декількох факторів: актуальності теми, професійності організації, якості підготовки спікерів та врахування потреб медійників. Особливо важливим є розуміння того, що це спеціальний захід, який проводять для того, щоб поширити важливу інформацію одночасно у багатьох інформаційних ресурсах. Також не зайвим буде врахувати і можливість якомога якіснішого технічного та цифрового забезпечення заходу.

Значущість вказаного дослідження також полягає у формуванні комплексного підходу до організації інформаційних сесій через врахування сучасних тенденцій медіакомунікації та специфіки роботи українських засобів масової інформації. Результати роботи можуть бути використані PR-фахівцями, представниками громадських організацій, державних установ та іншими працівниками медіакомунікаційної сфери.

Отже, як висновок варто сказати про те, що пресконференції як спосіб комунікації з медіа потребує справді ретельного та професійного підходу до її організації та проведення. З боку ж журналістів у свою чергу такі заходи потребують глибокої зацікавленості та залученості задля повноцінного, правдивого та об'єктивного висвітлення при розробці та публікації матеріалів за їх підсумками у тому ЗМІ, яке вони представляють. Подальші дослідження у цьому напрямку можуть бути зосереджені саме на більш глибокому вивченні впливу цифрових технологій на формат пресконференцій, які можуть посприяти у розробці нових підходів до зв'язків з громадськістю.

Список використаних джерел:

1. Практичний посібник для працівників комунікаційних структур в органах влади. Частина 1 [Електронний ресурс] // Інститут масової інформації. URL: <https://imi.org.ua/advice/praktichniy-posibnik-dlya-pratsivnikiv-komunikatsiynih-struktur-v-organah-vladi-chastina-1-i2362>
2. Як привернути увагу ЗМІ: прес-конференція [Електронний ресурс] // Ресурсний центр ГУРТ. URL: <https://gurt.org.ua/articles/31541/>
3. Пресконференція [Електронний ресурс] // Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Пресконференція>
4. Організація та проведення прес-конференцій, брифінгів в Україні [Електронний ресурс] // Troubleshooter Solutions. — 2022. URL: <https://troubleshooter.com.ua/services/effective-work-media/press-conference/>
5. Організація прес-конференцій [Електронний ресурс] // Персональний блог Д. Коника. URL: <https://dkonyk.livejournal.com/30139.html>
6. Прес-конференція: сутність, завдання та етапи її організації [Електронний ресурс] // Студентський навчальний портал. URL: <https://stud.com.ua/84432/marketing/provedennya-pres-konferentsiy-promislovomu-rinku>