

Взаимодействие со средствами массовой информации в рамках областной Недели труда и профориентации «7 шагов к профессии»

Освещение мероприятий в СМИ возможно на платной либо бесплатной основе. Решение об этом принимает организатор мероприятия.

Бесплатное освещение мероприятия в СМИ основано на определенном интересе журналистов к происходящему (обычный урок или классный час не заинтересует журналистов, его не приедут снимать, не будут писать о нем в газете). **Бесплатное освещение мероприятия в СМИ возможно, если** выполняется хотя бы одно условие:

- мероприятие имеет оригинальный, неожиданный (отличный от всех ранее используемых) формат;
- мероприятие представляет собой событие новое по масштабу и (или) содержанию (например, впервые в России, в области, в районе);
- мероприятие предполагает участие медийных (узнаваемых, известных) «статусных» лиц. Чем выше статус, тем больше шанс освещения мероприятия. Шанс возрастает, если медийное лицо участвует в мероприятии в новом для него качестве (например, министр промышленности осваивает новое лабораторное оборудование).

Для приглашения журналистов на мероприятие на бесплатной основе организатором составляется анонс (**пресс-релиз**), который отправляется на электронную почту газет и телекомпаний.

Если в мероприятии запланировано участие статусных, известных людей, возможна рассылка анонса (пресс-релиза) через пресс-службу министерства образования и науки Самарской области (территориального управления министерства образования и науки Самарской области).

Пресс-релиз должен быть отправлен в пресс-службу министерства образования и науки Самарской области не позднее, чем за 5 дней до даты проведения мероприятия. Самостоятельная рассылка пресс-релизов в СМИ возможна за 3-4 дня до даты проведения мероприятия.

Для того, чтобы в СМИ были освещены все значимые составляющие мероприятия, важно:

- использовать комплексный подход в реализации мероприятия – объединять разные формы работы, использовать зрелищные формы (выступление самодеятельного коллектива образовательной организации) как фон для интерактивных форм (мастер-классов, профпроб и пр.);
- планировать мероприятие так, чтобы участие статусных людей и СМИ по продолжительности занимало 30-60 минут.

Если журналисты приглашены на платной основе, то организаторы оговаривают с ними, что снимать, где, в каком объеме и прочее.

Если журналисты приехали на мероприятие на бесплатной основе, то, как правило, они снимают небольшие сюжеты, берут интервью у основных участников и организаторов мероприятия. К этому надо быть готовым, продумать:

основные тезисы интервью (организатор освещает цели и задачи мероприятия, обучающиеся рассказывают о своих впечатлениях и т.д.),

кто из участников (из школьников и педагогов) смог бы в случае необходимости сказать несколько слов,

на каком фоне можно снимать интервью (зеленого уголка, стендов, тематической выставки и пр.).

Кроме того, чтобы публикация в СМИ соответствовала целям организаторов, а информация была достоверной, для журналистов необходимо приготовить подробный план мероприятия с указанием целей, задач, перечислением участников – пресс-релиз для присутствующих на мероприятии журналистов.

В случае если журналисты не откликнулись на приглашение и не присутствовали на мероприятии, шанс бесплатно опубликовать материал о мероприятии в СМИ тем не менее есть. Для этого надо подготовить по итогам проведенного мероприятия **пост-релиз и фотографии**. Пост-релиз отправляется на электронную почту газет и телекомпаний **в день проведения мероприятия**.

Подготовленный пост-релиз необходимо разместить на сайте организатора мероприятия и

на страницах социальных сетей (если имеются). А также в день проведения мероприятия направить на электронную почту оператора Недели труда и профориентации «7 шагов к профессии»: cppk-cposo@yandex.ru. Решение о размещении пост-релиза оператором в СМИ и на Интернет-ресурсах принимается, исходя из содержания прошедшего мероприятия и качества присланного материала.

Требования к пресс-релизу для приглашения журналистов на мероприятие и освещения его в СМИ на бесплатной основе

Пресс-релиз (анонс, пресс-релиз-анонс) – это сообщение для журналистов о том, что состоится какое-либо событие. Пресс-релиз отправляется в СМИ за несколько дней до события. Главное в нем – привлечь внимание к событию. Чтобы журналист попал в нужное место в нужное время и получил там то, на что рассчитывал, важно придерживаться схемы:

Наименование приглашающей организации (общеобразовательная организация, территориальное управление министерства образования и науки Самарской области) с логотипом при его наличии

АНОНС

Заголовок – тема события (круглый стол, конкурс профмастерства среди студентов и школьников, спортивные соревнования молодых специалистов-заводчан со школьниками и студентами колледжа...)

Точная дата, время, место проведения и как добраться

Участники мероприятия

Пояснения о целях мероприятия, актуальности, предполагаемые результаты (решение проблем), какая-либо особенность, отличительная черта мероприятия и прочая информация, которая привлечет внимание журналистов

Адрес, телефон, электронная почта, по которым можно связаться с организаторами, имя человека для контакта.

Человек, чьи контакты указываются в пресс-релизе, должен знать о готовящемся мероприятии **всё**, чтобы ответить на все возможные вопросы журналистов, привлечь их внимание к мероприятию, вызвать желание посетить мероприятие и написать о нем.

Объем пресс-релиза не может превышать одного листа (А4).

Требования к пресс-релизу для журналистов, присутствующих на мероприятии и планирующих его освещение в СМИ на бесплатной основе

Пресс-релиз (анонс, пресс-релиз-анонс) – это сообщение для журналистов, присутствующих на мероприятии о том, что будет происходить, в каком месте, в какое время, с какой целью, кто станет участником мероприятия.

Примерная схема пресс-релиза мероприятия «Урок от профессионала»:

«Урок от профессионала»

в рамках VI областной Недели труда и профориентации «Семь шагов к профессии»

Дата проведения: 17 октября 2016 года

Место проведения: ГБОУ СОШ № 144 г. Москва, ул. Волшебная, 145 (ст. м. «Победа»)

Цель: формирование у обучающихся положительного отношения к труду, людям труда, повышение учебной мотивации, активизация процесса профессионального самоопределения и

социализации

9:45-10:00 – прибытие участников мероприятия в ГБОУ СОШ № 144, регистрация участников

10:00-10:15 – групповая фотография всех участников мероприятия – учительская, 1 этаж

10:15-10:20 – переход участников в учебные кабинеты

10:20-11:05 – ведение уроков в соответствии со школьным расписанием:

Математика, 9А класс – каб. 15, 2 этаж – учитель Иванова Мария Ивановна, отличник народного образования; ведет урок Сидоров Петр Петрович, директор ООО «Современные технологии», к.мат.н.;

Химия, 10 Б класс – каб. 18, 2 этаж – учитель Петрова Галина Ивановна; ведет урок Васильева Ольга Николаевна, главный врач Городской больницы № 5 г. Москва, д.мед.н.

11:05-11:15 – переход в конференц-зал для проведения «педсовета» по итогам мероприятия

11:15-11:40 – «педсовет» (участники делятся впечатлениями о прошедших уроках, обсуждают возможность тиражирования данного опыта по школам города, потенциальные возможности данного профориентационного метода), модератор – директор ГБОУ СОШ № 144 Горбунов Иван Васильевич, к.пед.н., участники: педагоги, гости- ведущие уроков, руководитель Департамента образования г. Москва Иванцов Василий Петрович.

11:40-12:00 – подход к прессе, отъезд из ГБОУ СОШ № 144.

Требования к пост-релизу для освещения проведенного мероприятия в СМИ

Пост-релиз – это информационный материал, публикуемый в средствах массовой информации по следам (итогам) проведенных мероприятий. Пост-релиз, который направляется журналистам, может быть оформлен в виде статьи или фотоотчета, сопровождающегося краткими или развернутыми комментариями. В настоящее время широко распространена практика размещения пост-релизов в сети Интернет. Помимо выполнения информационной функции, пост-релиз весьма полезен для расстановки нужных акцентов.

Пост-релиз должен содержать конкретную дату проведенного мероприятия, его цели (с указанием важности и своевременности его проведения), место, где состоялось мероприятие; информацию об участниках (кто и их количество; имена и фамилии, должности основных действующих лиц); краткое описание и характеристика мероприятия (очень ценно включение цитат из докладов и речей основных действующих лиц), результаты мероприятия.

Пресс-релиз должен сопровождаться фотографиями с мероприятия:

- расширение (формат) *.jpg;
- объем не менее 3 МБ;
- каждая фотография – отдельным файлом, вставка фотографий в файл с расширением .doc или .docx не допускается).

На фотографиях должно быть понятно, что происходит, желательно сопровождать фотографии комментариями.

Стиль пост-релиза – публицистический.

Общий контекст материала должен не просто информировать о прошедшем мероприятии, а создавать положительный имидж образовательной организации и основной темы мероприятия («учиться у нас – это гарантия успешного профессионального будущего», «мы учим быть успешными» и т.п.).

Объем пост-релиза не может быть меньше 1500 знаков (с пробелами) и не должен превышать 3000 знаков (с пробелами).