

Работа редактора с пресс-релизом

Научный руководитель – Тимофеев Алексей Анатольевич

Горбунова Кристина Кирилловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Теории и методики редактирования, Москва, Россия

E-mail: g0rbunova.christineee@yandex.ru

В условиях современной информационной среды, которая характеризуется многообразием источников информации и высокой конкуренцией за внимание аудитории, пресс-релиз занимает значимое место в арсенале средств коммуникации организаций и компаний. Он представляет собой структурированный информационный продукт, направленный на оперативное донесение важной информации до целевой аудитории посредством СМИ. Однако, для эффективного использования пресс-релизов важно учитывать профессионализм редактора и анализ процесса обработки и использования пресс-релизов в редакционной деятельности. При анализе процесса обработки и использования пресс-релизов в редакционной деятельности рассматриваются ключевые аспекты работы редактора с поступающими пресс-релизами, начиная от первичной оценки и редактирования до принятия решения о публикации и последующего мониторинга. Особое внимание стоит уделить критериям оценки качества пресс-релиза, методам его адаптации к специфике издания и оптимизации процесса взаимодействия редактора с представителями организаций-источников. Немаловажным аспектом является оценка эффективности публикации пресс-релиза, которая включает мониторинг реакции аудитории, анализ освещения темы в других СМИ и оценку вклада предоставленного материала в формирование информационной повестки. На основе проведенного анализа разрабатываются рекомендации по оптимизации работы редактора с пресс-релизом, направленные на повышение эффективности использования этого инструмента в редакционной деятельности. В связи с этим очень важно показать структуру, приемы и инструменты написания пресс-релизов для привлечения внимания журналистов и читательской аудитории.[1] Стоит отметить, что важность пресс-релизов заключается в том, что он представляет собой ключевое информационное сообщение для СМИ о важных событиях компании, включая финансовые результаты, запуски продуктов, сделки и кадровые изменения. Он также остается главным способом коммуникации компаний со СМИ и высоко ценится журналистами. Более того, пресс-релизы помогают расширить целевую аудиторию, привести трафик на сайт, привлечь новых клиентов и повысить продажи.[1] Именно благодаря корректности и профессиональности редакторских навыков пресс-релиз способствует правильному информированию общественности о действиях компании, от анонсов мероприятий до финансовых результатов и реакции на внешние события. Кроме того, эффективность редакторской работы над пресс-релизом гарантирует привлечение внимания целевой аудитории в силу актуальности, краткости и сфокусированности на одном-двух событиях и объективности, без рекламных элементов.[4] Ключевым элементом пресс-релиза является инфоповод - событие или новость, которая может заинтересовать журналистов и читателей. Для описания инфоповода используется методика 5W+H (Что? Почему? Кто? Где? Когда? Как?). Структура пресс-релиза должна быть четкой и логичной, начиная с заголовка, лида и основного текста, где раскрываются детали события, комментарии представителей компании и информация о самой компании.[1] Важно понимать, что успешный пресс-релиз зависит от баланса интересов редактора и читателей. Он должен быть уникальным, написан простым и объективным

языком, содержать конкретные факты, быть хорошо оформлен и представлять ценность для целевой аудитории.[4] Только удовлетворяя потребности обеих аудиторий, пресс-релиз гарантирует как успешное размещение в СМИ, так и достижение коммерческих целей. Кроме того, для привлечения внимания журналистов и читателей важно акцентировать уникальность предложения, избегать сложной терминологии и штампов, предоставлять конкретную информацию и использовать визуальные элементы (фото, видео, инфографику).[2] Также именно от способов распространения редактором пресс-релизов, например, напрямую в редакции СМИ, через специализированные агрегаторы, с помощью агентств и фрилансеров зависит актуальность и релевантность пресс-релизов.[4] Следует помнить о важности процесса работы редактора с пресс-релизом, который представляет собой многоэтапность, требующую высокой квалификации и ответственности. Эффективность работы редактора напрямую влияет на информационную политику СМИ и его авторитет в глазах аудитории.[3] Важно учитывать критерии оценки качества пресс-релизов, методы их редактирования, а также особенности взаимодействия с источниками информации. Разработанные рекомендации по оптимизации процесса обработки пресс-релизов, ориентированные на повышение качества информации и эффективности коммуникации, могут быть использованы редакторами для улучшения их профессиональной деятельности.

Источники и литература

- 1) Пресс-релиз. Unisender // URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/press-reliz-cto-eto-takoe-kak-napisat-struktura-ividy/#anchor-1> (дата обращения: 27.11.24)
- 2) Что такое пресс-релиз и как его написать: советы, примеры, образцы. СКАН-Интерфакс // URL: <https://scan-interfax.ru/blog/press-reliz-cto-eto-takoe-i-kak-egona-pisat-s-primerami-i-obrazczami/> (дата обращения: 27.11.24)
- 3) Что такое пресс-релиз: правила написания и примеры. ACOOLA Team // URL: <http://acoola.team/blog/cto-takoe-press-reliz-pravila-napisaniya-i-primery/> (дата обращения: 27.11.24)
- 4) Что такое пресс-релиз: примеры и образцы, правила написания. КОКОС GROUP // URL: <https://kokoc.com/blog/press-reliz/> (дата обращения: 09.12.2024)