

# **ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ ЖАНРЫ PR-ТЕКСТА**

---

- жанры, предполагающие наличие в тексте элементов логически-рационального анализа представляемых фактов, многоканальность источников информации, особую стилистику (несмотря на наличие средств выражения личностного начала), тяготеющую к научному стилю.
- Только в этих *PR*-текстах в качестве предмета отражения выступает ситуация

# **Исследовательские жанры**

---

- PR-текст, объявляющий или объясняющий позицию базисного субъекта PR по какому-либо вопросу или реакцию на событие с целью поддержания публицитного капитала данного базисного субъекта PR или его отстройки
- жанр PR-текста, представляющий собой некоторый анализ ситуации (кризисной) от имени субъекта PR.
- нередко PR-специалист пишет заявление с требованием опровержения информации (данных, статей и т.д.), опубликованной определенными СМИ.

# Заявление для СМИ

---

- Оно может «носить наступательный, оборонительный характер или служить для предупреждения нежелательных событий»
- В. практике американских PR этот жанр именуется как позишнз пэйпер (position paper): цель такого текста — «кратко и аргументированно изложить позицию организации по какому-либо конкретному вопросу (в большинстве случаев — убедительно доказать свою правоту в какой-то ситуации)

# Заявление для СМИ

---

- «Подготовка ответов на критические замечания со стороны различных категорий общественности компании и специальных опровержений на заведомо ложные или неточные публикации; выступление от имени руководства предприятия или организации с согласованными оценками и комментариями событий в случае возникновения кризисных ситуаций в самой компании или в регионе»
- эти задачи могут решаться с помощью заявления для СМИ

## **Задачи PR-структуры компании**

---

- составляется так же, как и пресс-релиз
- обязательно указывается жанровая разновидность — «Заявление для прессы»
- отсутствуют цитаты

# **Заявление для СМИ**

---

- в основе заявления лежит прежде всего определенная ситуация (проблема), которую базисный субъект **PR** желает донести до общественности
- это проблема, которая нуждается в незамедлительном разрешении
- в заявлении высказывается точка зрения базисного субъекта, требующая определенной ответной реакции общественности
- привлечение внимания общественности к проблеме, сообщаемой базисным субъектом **PR**, и является целью данного жанра

# Заявление для СМИ

---

- Особый вид текста, рассылаемый в СМИ
- Создаваемый службой по связям с общественностью по заданию руководства
- В этом тексте организация объявляет о своем отношении к какому-нибудь событию или факту
- Текст снимает возможность любых неясностей в истолковании события

# Заявление для СМИ

---

- Официальные заявления для прессы предназначены для случаев, когда необходимо представить мнение руководства организации, государственного деятеля или политика широкой общественности
- Сам факт подготовки заявления для прессы – показатель значимости события, его влияния на деятельность организации, репутацию и карьеру человека
- Подготовленное заявление для прессы входит в состав пресс-пакета или размещается в Интернете

## **Ситуации создания заявления для СМИ**

---

В настоящее время в связи с тенденцией к наибольшей открытости государственных структур особый интерес представляют сайты государственных органов или компаний, содержащие полную информацию о всех проводимых мероприятиях (пресс-конференциях, выступлениях, встречах и т.п.).

**Где можно увидеть  
заявление для СМИ?**

---

- Жанр заявления предполагает прежде всего опору на определенные факты, анализ и исследование которых приводит к «публичному вызову адресату» или к апелляции к общественному мнению по волнующей базисный субъект проблеме

## **Особенности заявления для СМИ**

---

Уважаемые покупатели!

Нам стали известны факты использования имени нашей компании в неблагоприятных целях.

Группы «лохотронщиков» у станций метро «Сенная площадь», «Парк Победы», «Академическая», а также на углу Гражданского проспекта и улицы Фаворского разыгрывают призы от «Максидома». По офисам и квартирам ходят симпатичные девушки и юноши и, представляясь сотрудниками нашей компании, предлагают купить товары из «Максидома». В городских бизнес-центрах распространяются дисконтные карты магазинов...

Как не стать заложником действий мошенников?

Единственный вариант — не участвуйте. Все розыгрыши призов, выдача дисконтных карт, а также продажа товаров под маркой «Максидом» производится только в самих магазинах.

Искренне ваш

С. В. Голиков

# Пример заявления

---

- *Цель* заявления – постановка вопроса от лица базисного субъекта (самой организации, ее руководства или профсоюзных органов, политической персоны), объяснение позиции по актуальной для базисного субъекта ситуации
- воздействующая функция текста превалирует над собственно информационной, что выражается активным включением в языковую структуру текста средств выражения личностного начала
- Обычно данный жанр имеет заголовок «Заявление», «Сообщение для средств массовой информации».
- Заявление для СМИ должно отвечать на несколько главных вопросов: что есть? что было? что следует сделать?

# Особенности заявления для СМИ

---

- Указание на информационный повод – причину заявления
- Причины или мотивы сложившейся ситуации (может занимать от 1 до 3 абзацев)
- Дальнейшие шаги по урегулированию ситуации
- Жанр предполагает опору на определенные факты, анализ и исследование которых приводит к «публичному вызову адресату» или к апелляции к общественному мнению по волнующей базисный субъект проблеме

# **Структура заявления для СМИ**

---

- 1) сообщение о юридических действиях компании, подающей заявление (т.е. к кому и когда мы обратимся – суд, адвокат, министерства и т.д.)
- 2) апелляция к общественному мнению (не более 1 стр.).

## **два варианта концовки заявления**

---

- Стиль заявления для прессы отличается от стиля других документов, используемых в связях с общественностью
- воздействующая функция текста превалирует над собственной информационной
- активное включение в языковую структуру текста средств выражения личностного начала
- в данном случае мы имеем дело с устно-письменной речью
- этот письменный документ должен создавать впечатление непосредственного контакта с аудиторией

# Стиль заявления для СМИ

---

- «все виды сообщений, переданные через СМИ и ставящие своей целью противодействие ложной или несоответствующей действительности информации о деятельности организации, фирмы, конкретного лица и т. д.»
- считается крайней формой взаимодействия со СМИ
- можно рассматривать опровержение как частную разновидность заявления для СМИ, так как цели в опровержении и заявлении идентичны

# Жанр опровержения

---

- Заявление для СМИ имеет некоторые общие черты с публицистическим жанром открытого письма
- НО в открытом письме мы имеем дело с определенным адресатом (например, первыми лицами государства, территории), адресант может быть социально значимым лицом (известной персоной), высказывающим свою точку зрения по определенной проблеме, имеющей характер общественного звучания

## **Жанр открытого письма**

---

В связи с ненадлежащим исполнением Энергомашбанком как универсальным кредитным учреждением принятых на себя обязательств и ведением руководства банка активных действий, наносящих урон предприятиям энергетического машиностроения Петербурга (АО «ЛМЗ», АО «Электросила», ОАО «Завод турбинных лопаток»), АО «Ленинградский Металлический завод»

- **сообщает о прекращении партнерских отношений с Энергомашбанком.**
- По признанной Арбитражным судом Санкт-Петербурга и Ленобласти недействительной сделке Энергомашбанк завладел пакетом акций Завода турбинных лопаток и в настоящее время препятствует возврату этого пакета акций законному собственнику—АО «ЛМЗ».
- Кроме того, Энергомашбанк незаконно удерживает 1,5 млн. долларов на счете АО «ЛМЗ», игнорируя платежные поручения завода, и таким образом препятствует заводу распоряжаться своим имуществом.
- АО «ЛМЗ» готовит ряд судебных исков в отношении Энергомашбанка и намерено в суде доказать незаконность действий руководства банка, а также получить с банка компенсацию за урон, нанесенный им отрасли.

•  
•

Администрация АО «ЛМЗ»  
Профсоюзный комитет АО «ЛМЗ»

# Пример заявления

---

- мотив (причина заявления - невыполнение банком взятых на себя обязательств)
- собственно заявление (сообщение о прекращении партнерских отношений с банком)
- второстепенный мотив (незаконное удержание банком денежных средств предприятия)
- следствие (подготовка судебных исков в отношении банка)
- Цель: информирование общественности о дальнейших шагах предприятия по восстановлению своих законных прав

# **Композиция заявления для СМИ (задание 1)**

---

- Широко используется заявление в сфере политического PR
- один из способов для политика представить свою позицию общественности, донести свою точку зрения до читателей
- О.Кудинов выделяет три основные типа таких заявлений (открытого письма): комментарий к общественно значимой проблеме; комментарий по поводу ранее опубликованного материала, полемика с авторами, ранее выступавшими в прессе

# **Заявление для СМИ**

## **(задание 2)**

---

- . В большинстве случаев в основе заявления лежит текст реально сделанного выступления политического лидера или главы организации
- Данная особенность обуславливает следующие характерные черты:
  - 1) продолжительность выступления — две-три минуты, что соответствует одной — полутора страницам текста
  - 2) может включать обращение к аудитории и слова благодарности за оказанное внимание
  - 3) в заключении речи подводится итог и выражается благодарность за внимание, с которым была выслушана речь

# Речь в основе заявления

---

- 4) в основной части каждому тезису посвящается отдельный абзац, которому в устной речи соответствует отдельное сверхфразовое единство;
- 5) предложения с простой синтаксической структурой: простые предложения с одним (реже двумя) распространением (на пример, вводной конструкцией, деепричастным оборотом), сложносочиненные предложения, состоящие из двух простых, сложноподчиненные предложения с одним (реже двумя) придаточным;
- 6) короткие предложения, которым отдается предпочтение в силу легкости их восприятия аудиторией;
- 7) минимум цифровых данных;
- 8) ясность речи, достигаемая точным выражением мысли

# Речь в основе заявления

---

- Цель предоставления журналистам заявления для прессы заключается в том, чтобы избежать ошибок при дальнейшем цитировании в материалах, опубликованных в СМИ
- Заявления для СМИ в культурной сфере могут выполнять аналогичные функции (Задание 3)

# Цель заявления для СМИ

---

- Программа пресс-конференции представляет собой в большой степени стандартизированный документ, в котором указывается тема, дата, место и адрес проведения, ведущий, основные участники и регламент проведения.

# **Программа пресс-конференции**

---

- наименование документа
- тема
- дата
- место и адрес проведения мероприятия
- Ф.И.О. и наименования должностей ведущих и участников
- регламент!

**Программа пресс-конференции имеет устойчивую структуру (Задание 5,6)**

---

- большинство крупных государственных органов и некоторые компании размещают на своих сайтах стенограммы пресс-конференций, чаще всего представляющие собой текст заявления для прессы и перечень вопросов и ответов, для дальнейшего использования заинтересованными лицами
- Правила оформления стенограммы просты (задание б)

# Стенограмма пресс-конференции

---

- официальное сообщение высших органов государственной власти, органов внешних сношений, представителей различных государств или международных организаций о положении в какой-либо области межгосударственных отношений, ходе или результатах переговоров, ведущихся военных действиях и т.д.
- помимо сугубо информационных задач, несет и более существенную смысловую нагрузку, когда в нем освещается позиция публикатора по политико-правовым проблемам, дается их оценка, обнародуются обязательства и цели заинтересованных субъектов, их намерения и предостережения
- Пример: Лондонское коммюнике 2007 г.  
<http://www.tempus-russia.ru/bologna-doc/London-c.pdf>

На пути к европейскому пространству высшего образования: ответы на вызовы глобализованного мира

- 

# КОММЮНИКЕ

---