

Организация работы со СМИ

Написание пресс-релиза: ОСНОВНЫЕ КОМПОНЕНТЫ

Пресс-релиз – это небольшой, предназначенный для прессы организационный документ, содержащий актуальное сообщение.

Основная практическая задача пресс-релиза – сообщить новость таким образом, чтобы она заинтересовала читающего, вызвала запрограммированную отправителем реакцию.

Вопросы, помогающие при написании пресс-релиза

- Для кого я пишу этот текст?
О чём пресс-релиз?
Информация уникальна или она носит справочный характер?
Какова цель пресс-релиза?
Как я смогу убедить СМИ в том, что эта информация не коммерческая реклама и интересна широкому кругу читателей?

Главные компоненты пресс-релиза

1. **Заголовок (headline)** – даёт понять, о чём пресс-релиз;
2. **Анонс (lead)** – краткое сообщение сути новости (кто? что? где? зачем? когда?);
3. **Основная часть (body)** – полное раскрытие содержания пресс-релиза (формула SOLAADS):

Subject – указание на ключевую характеристику новости;

Organization – структура, благодаря которой новость состоялась;

Location – территория, где состоялось событие;

Advantages – преимущества, по которым можно оценить новость;

Application – заявления, персонификация в виде цитат, мнений и т.д.;

Details – подробности, детали происходящего;

Sources – источники информации.

4. **Backgrounder** – информация о компании;

5. **Выходные данные** – дата, указание координат и персон для получения дополнительной информации, условия аккредитации и прочее.

Требования к пресс-релизу

Над заголовком пресс-релиза целесообразно размещать специальную «шапку», содержащую все необходимые реквизиты; официальное название организации, ее организационно-правовая форма, юридический адрес, телефон и т.д.;

Заголовок пресс-релиза должен раскрывать его основную тему, быть ярким, выразительным, запоминающимся и кратким. Он должен ответить на вопросы: **кто? что? где? когда?**

Суть сообщения необходимо сконцентрировать в первом абзаце пресс-релиза (lead). В нем должны быть ответы на вопросы: **кто? что? где? когда? как? каким образом?** Первый абзац повторяет заголовок, расширяя и уточняя его. Остальные абзацы дополняют, раскрывают и комментируют передаваемое сообщение. Все необходимые подробности, содержащиеся в тексте пресс-релиза, рекомендуется располагать в порядке убывания их значимости.

Требования к пресс-релизу

В подавляющем большинстве случаев пресс-релиз должен содержать **прямую цитату** из слов первых лиц организации или эксперта;

При написании пресс-релиза необходимо стремиться к максимальной ясности и конкретности формулировок, давать информацию без искажений и преувеличений, использовать хорошо проверенные источники информации и только **достоверные данные**;

Стиль пресс-релиза должен быть **информативным** и не быть эмоционально окрашенным за счет восклицательных знаков, избыточных эпитетов, сленга и т.д. Пресс-релиз должен писаться не в разговорной, повествовательной манере, а в телеграфной, обезличенной.

Требования к пресс-релизу

Пресс-релиз композиционно должен быть построен так, чтобы его можно было безболезненно сокращать, убирая предложения с конца текста. При любых сокращениях он должен выглядеть законченно;

Аббревиатур и сокращений в пресс-релизе необходимо избегать (исключение – общепринятые варианты). Если аббревиатур не избежать, то они первый раз употребляются в скобках после полного наименования;

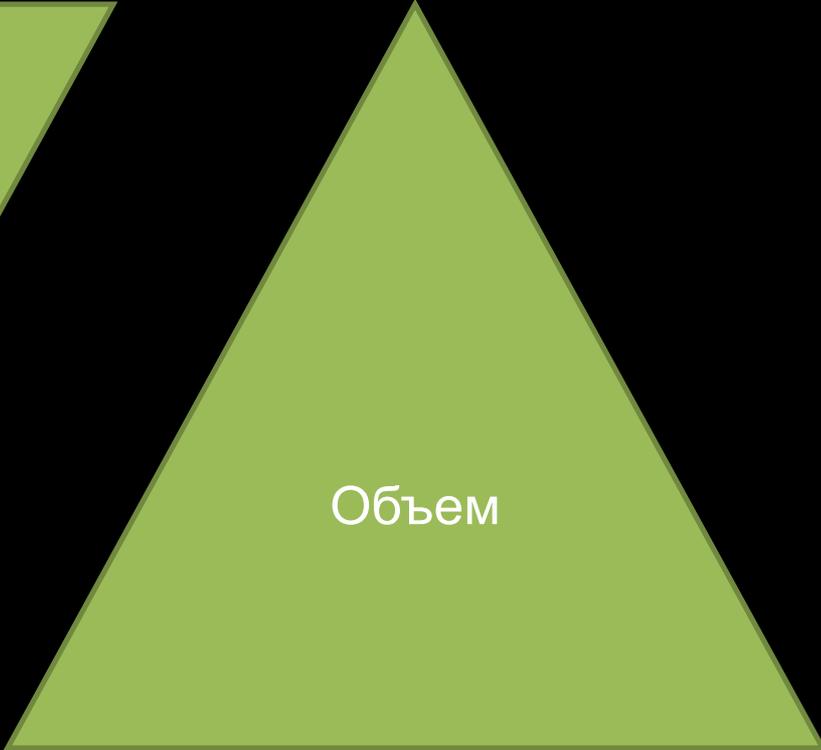
Имена, отчества и фамилии, о которых идет речь в пресс-релизе, первый раз приводятся полностью. Недопустимы неправильное написание имен, фамилий, а также названий занимаемых ими должностей;

В пресс-релизе должен использоваться единый подход к цифровым показателям, применяются общие единицы измерения. Не сравниваются абсолютные и относительные показатели. Цифры желательно подавать в сравнении с другим отчетным периодом.

Соотношение формы и содержания



Содержание



Объем

Виды пресс- релизов

Пресс-релиз – анонс – короткое сообщение о предстоящем мероприятии с приглашением принять участие в нём.

Новостной пресс-релиз (news release) – сообщение о важной новости.

Пресс-релиз – техническое сообщение – развернутая информация о продукте или услуги, часто содержит сопоставление с аналогами.

Пресс-релиз – объявление – информация технического характера, не требующая публикации (например, смена адреса).

Биография – опорная фактическая информация о конкретном человеке (например, вновь назначенном директоре компании).

Заявление – краткий и недвусмысленный документ, призванный объявить или объяснить позицию по тому или иному вопросу.

Меморандум – приложение к заявлению, обосновывающее его содержание.

Медиаakit – набор материалов для СМИ.