



**КРАСНОДАРСКАЯ  
КРАЕВАЯ  
ОРГАНИЗАЦИЯ**

**Краснодарская краевая территориальная организация Профсоюза  
работников народного образования и науки  
Российской Федерации**

**ВЕСТНИК**

**КАК НАПИСАТЬ ПРЕСС-РЕЛИЗ?**

**(Методические рекомендации)**

## Пресс-релиз-анонс: руководство по написанию

### ***Что такое «пресс-релиз-анонс» и зачем он нужен?***

Это сообщение для прессы или информационного ресурса, содержащее в себе новость о каком-либо мероприятии. Его задача – заинтересовать целевую аудиторию в предстоящем событии, известить общество о мероприятии и организации, которая его проводит.

### ***Из чего состоит пресс-релиз?***

Общая схема пресс-релиза - это ответы на вопросы: «Что? Где? Когда? Кто? Почему? Каким образом?» Объём – 1 или 2 страницы формата А4. Размер шрифта выбирается по усмотрению автора: 12 или 14.

1) Заголовок. Должен быть коротким, содержать главную идею сообщения – быть информативным, а также ярким и интересным. Можно обыграть поговорки, использовать средства художественной выразительности и какие-либо другие приёмы (если формат мероприятия позволяет подобную оригинальность): творчество не имеет границ, даже если оно заключено в одной фразе или предложении. Заголовок имеет целью завладеть вниманием читателя, ёмко и увлекательно преподнести материал.

2) Резюме. Это одно или несколько предложений, раскрывающих тему новости. Здесь нужно без лишних подробностей ответить на вопросы: Что? Где? Когда? Кто?

3) Основная часть. Это полные ответы на вышеизложенные вопросы: «Что? Где? Когда? Кто? Почему? Каким образом?», нужно давать факты. «Почему это событие интересно?», «Зачем оно проводится?», «Что полезного может дать обществу?» - можно задавать себе подобные вопросы, чтобы было удобнее составлять релиз. Не нужно давать информацию рекламного характера или субъективную оценку. Так как объём пресс-релиза не позволяет написать много, то следует затрагивать действительно важные детали, просто и красиво преподнося материал. Задача основной части – донести главную идею до читателей, дать им картину предстоящего события, поэтому чрезмерное использование средств художественной выразительности может затруднить восприятие информации. Текст должен быть ясным и грамотным. Рекомендуемый объём (приблизительный) – половина страницы формата А4. Но можно и больше.

4) Контактные данные. Это телефоны, e-mail организации, ответственного за мероприятие лица; адреса ресурсов и любые другие контакты, которые могут дать читателю представление о событии (сайт организации, ссылка на размещённую уже где-либо новость, адрес группы предстоящего события в социальной сети...).

5) Сведения об организации. Краткая информация об организаторе, дающая общее представление о нём. Можно ограничиться парой предложений.

### ***Алгоритм написания пресс-релиза:***

1) Сформулировать заголовок или резюме. Можно начинать сразу со второго, так как первое часто придумывают в самом конце, когда материал уже написан. К тому моменту информация уже упорядочена и становится ясно, на чём сделаны акценты. К тому же оригинальная идея названия может возникнуть в процессе написания пресс-

## 2

релиза.

2) В основной части важно ответить на все вышеизложенные вопросы, предоставить на 100% верные факты. При упоминании лиц не нужно писать полные инициалы: достаточно только имени и фамилии. Желательно указывать должности. Все аббревиатуры (за исключением общеизвестных) нужно расшифровывать (названия вузов, организаций), когда они употребляются впервые. В дальнейшем тексте уже можно этого не делать. Должно быть разделение на абзацы.

3) Контактные данные необходимо давать такие, чтобы в случае возникновения вопросов можно было сразу связаться с ответственным за мероприятие. Они должны быть актуальными (лучше телефоны).

4) Сведения об организации. Нужно предоставить краткую информацию; кроме общей характеристики можно добавить пару фактов об организаторе, которые могут быть интересны читателям.

5) Придумать заголовок пресс-релиза, если это ещё не было сделано.

6) Проверить текст на наличие орфографических, пунктуационных, стилистических (правильность и логичность построения предложений), фактических (достоверность предоставляемой информации) ошибок. В спорных случаях лучше пользоваться словарём. Все фамилии и должности лиц должны быть указаны на 100% верно, названия и статусы организаций тоже (нужно учитывать и такие аспекты, как написание названий со строчной и прописной букв). Все факты должны быть точными. Бывает полезно прочесть текст вслух: это помогает понять, насколько хорошо он звучит и легко ли будет воспринят читателем.

7) Порадоваться хорошо написанному материалу и отправить его адресату.

*Удачи в написании пресс-релизов!*

## Статья о мероприятии: что, где, когда? Или руководство по написанию пост-релиза

### *Что такое «статья» и зачем она нужна?*

Каждый в какой-то мере представляет, что такое «статья»: это своего рода отчёт о прошедшем событии, его описание с подведением итогов. Задача статьи – проинформировать о мероприятии, проанализировать его.

### *Из чего состоит новостная статья?*

Общая схема написания – предоставление информации по принципу «перевернутой пирамиды»: самое важное пишется вначале, второстепенное – к концу. Также нужно ответить на вопросы: «Кто? Что? Когда? Где? Почему? Каким образом?» Объём – от 1 до 3 страниц формата А4. Размер шрифта выбирается по усмотрению автора: 12 или 14.

1) Заголовок. Как и заголовок пресс-релиза. Должен быть коротким, содержать главную идею сообщения – быть информативным, а также ярким и интересным. Можно обыграть поговорки, использовать средства художественной выразительности и какие-либо другие приёмы (если формат мероприятия позволяет подобную оригинальность): творчество не имеет границ, даже если оно заключено в одной фразе или предложении. Заголовок имеет целью завладеть вниманием читателя, ёмко и увлекательно преподнести материал.

2) «Лид». Это название первого абзаца статьи. Должен содержать самую важную информацию, кратко отвечать на вопросы: «Кто? Что? Когда? Где? Почему?»

3) Основная часть. Это полные ответы на вышеизложенные вопросы: «Кто? Что? Когда? Где? Почему? Каким образом?», нужно давать факты, оценку. Возможно использование средств художественной выразительности, чтобы текст получился ярким и интересным. Но в то же время он должен быть понятным и грамотным.

4) Заключительный абзац должен содержать итоги проведения мероприятия, дополнительные факты, относящиеся к событию или организатору.

5) Указание автора статьи.

6) Фотографии с мероприятия. Это очень важная составляющая статьи, претендующей на звание «интересной». Фото должны быть по возможности хорошего качества (но не обязательно с зеркального фотоаппарата), интересными, динамичными и композиционно-завершёнными. Их задача – дать зрительное представление о событии, дополнить написанный текст.

Кроме того, статьи с фотоматериалом имеют больше шансов быть прочитанными.

### *Алгоритм написания статьи:*

1) Сформулировать заголовок или «лид». Можно начинать сразу со второго, так как первое часто придумывают в самом конце, когда материал уже написан. К тому моменту информация уже упорядочена и становится ясно, на чём сделаны акценты. К тому же оригинальная идея названия может возникнуть в процессе написания статьи.

2) Основная часть должна быть яркой и насыщенной. Нужно красочно и

**4** всесторонне описать событие. Можно добавлять факты, экспертные комментарии, краткое интервью с важными лицами-участниками мероприятия, цитировать интересные высказывания из произнесённых речей. При упоминании лиц достаточно называть только имя и фамилию (без отчества). А также следует указывать должности. Все аббревиатуры (за исключением общеизвестных) нужно расшифровывать (названия вузов, организаций), когда они употребляются впервые. В дальнейшем тексте уже этого не делать. Должно быть разделение на абзацы.

3) Заключительный абзац – это анализ итогов. Можно упомянуть о будущих планах, связанных с темой события или организатором. Этот абзац должен красиво завершать всю статью.

4) Придумать заголовок статьи, если это ещё не было сделано.

5) Проверить текст на наличие орфографических, пунктуационных, стилистических (правильность и логичность построения предложений), фактических (достоверность предоставляемой информации) ошибок. В спорных случаях лучше пользоваться словарём. Все фамилии и должности лиц должны быть указаны на 100% верно, названия и статусы организаций тоже (нужно учитывать и такие аспекты, как написание названий со строчной и прописной букв). Все факты должны быть точными. Бывает полезно прочитать текст вслух: это помогает понять, насколько хорошо он звучит и легко ли будет воспринят читателем.

6) Фотографии нужно подбирать в соответствии с темой, описанными в статье деталями. Можно заранее распределить их в тексте, чтобы каждая фотография иллюстрировала его соответствующую часть. Если это не сделано, то необходимо в названии фотографии кратко написать, что происходит (кто выступает, какой этап соревнований проходит и т. д.) Также следует указывать автора фотографий в конце статьи.

7) Подпись автора статьи. Кроме того, указание телефона/e-mail автора, чтобы в случае возникновения вопросов, связанных с мероприятием или статьёй, была возможность сразу связаться с ним и всё уточнить. Данные автора опубликованы не будут. Можно добавить ресурсы, которые предоставят дополнительную информацию, адрес сайта или группы мероприятия в социальной сети.

8) Порадоваться тому, что написан интересный и грамотный материал. Отправить его адресату.

*Успехов в написании статей!*



[profsoyuzobrazovaniya.rf](http://profsoyuzobrazovaniya.rf)



[vk.com/profobrkk](https://vk.com/profobrkk)



[facebook.com/profobrkk](https://facebook.com/profobrkk)



[instagram.com/profobrkk](https://instagram.com/profobrkk)