



# Пресс - релиз

Требования к написанию

Подготовила: методист  
Г.Г. Шлыкова

2019 г.

# Правильно написанное информационное сообщение должно иметь все необходимые элементы:

- интересный заголовок
- хороший лид (подзаголовок)
- контекст и хорошие цитаты
- существенные подробности
- бэкграунд, облегчающий понимание событий

# ЗАГОЛОВОК

Основная роль заголовка – заинтересовать, поэтому заголовок должен сразу обозначить основной информационный повод: что, где и с кем произошло и чем это может быть интересно читателю.

Пишите кратко, четко и по существу. В заголовке следует использовать сокращения вместо полного наименования ведомства или организации.

# ЛИД

Лид должен содержать одно-два предложения и должен быть написан простым языком. Из него должно быть четко понятно, что вы хотите сказать в пресс-релизе. Рассказывайте историю своими словами.

**(когда? где? как? зачем?)**

# ТЕКСТ ПРЕСС-РЕЛИЗА

Пресс-релиз должен излагать информацию интересно, понятно и при этом лаконично. Поэтому не стоит использовать пресс-релиз для самовыражения или отчета о гигантской проделанной работе. Рекомендуется излагать информацию не более, чем на 1 - 1,5 страницах. Текст по возможности должен состоять из простых предложений.

В тексте должно быть только главное, то, что может заинтересовать читателей. Все несущественные детали, излишние уточнения следует опустить. Не следует включать в релиз фрагменты сценарных планов мероприятий со стихами и лирическими отступлениями.

# КОНТЕКСТ

Контекст является ключевым элементом сообщения. Он позволяет расширить аудиторию любого сообщения. Если без контекста оно может быть понятно узкому кругу лиц, то с соответствующим объяснением, почему это важно, вы выносите его на более широкую аудиторию. Контекстная информация помещается, как правило, во 2-3 абзаце пресс-релиза.

# ЦИТАТЫ

Цитата является важным элементом сообщения. Именно цитаты повышают доверие к тексту и дают элемент сопричастности. Кроме того цитата – единственное место в пресс-релизе, где допустимы эмоции, которые мы бы хотели передать читателю. Цитаты не должны быть слишком длинными и громоздкими. В цитате может быть приведен личный взгляд на событие, интересная подробность, яркое сравнение. В то же время не стоит утяжелять текст большим количеством цитат.

# БЭКГРАУНД

Бэкггаунд может содержать различную справочную информацию.



# СОДЕРЖАТЕЛЬНОСТЬ

Главное требование - повод для написания информации должен быть актуальным и интересным для широкого круга читателей. Сообщение должно быть максимально оперативным.

Если просто кто-то с кем-то встретился, руководитель провел совещание, **содержание которого не раскрывается**, – подобная «информация» представляет собой набор пустых слов, только с виду что-то значащих.

**Стараться** не допускать  
орфографических,  
пунктуационных и  
стилистических  
**ошибок**

# ПРАВИЛА ПУБЛИКАЦИИ ПРЕСС-РЕЛИЗА НА САЙТЕ ИЦПО

1. Готовый текст и фотографии высылаются на электронную почту администратора сайта – [library@icovt.ru](mailto:library@icovt.ru) или в сообщении в ВК.
2. Публикация осуществляется в течении рабочего дня.
3. В случае несоответствия правилам, пресс-релиз отправляется автору на доработку на электронную почту.



# Спасибо за внимание!

Галина Шлыкова



8 913 460 01 48



library@icovt.ru



<http://icovt.ru/>

