

Требования к написанию ПРЕСС-РЕЛИЗА для размещения на сайте ИЦПО

(разработаны на основании требований к написанию пресс-релиза для размещения на сайте Минобрнауки Новосибирской области) Хорошо написанный пресс-релиз должен быть похож на цепочку, когда один элемент цепляется за другой в логическом порядке. Вы приводите факт в

первом абзаце, дополнительно иллюстрируете его значение во втором, иллюстрируете его живой речью в третьем и приводите детали.

Правильно написанное информационное сообщение должно иметь все необходимые элементы:

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

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?)**

Пример: *Мастер производственного обучения ГА ПОУ НСО «Новосибирский колледж парикмахерского искусства» Марина Битюцких стала призером чемпионата России, который прошел 27-28 октября в Москве. В составе сборной команды Сибири она заняла второе место в номинации «Прическа новобрачной».*

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.

Заголовок является концентрированным выражением лида так же, как лид является концентрированным выражением всего текста. Основные мысли лида и заголовка должны совпадать, но слова могут быть другими.

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

Пример. *Представитель Новосибирского колледжа парикмахерского искусства завоевала серебро на чемпионате России*

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.

Если есть выгодные для вас сравнения, стоит рассказать об этих фактах (например, о положительной динамике по сравнению с прошлыми годами).

Для удобства читателей следует давать расшифровку любых сокращений, а к малоизвестным терминам и даже не очень – давать пояснения. Избегайте, пожалуйста, такого выражения, как «наш колледж», следует давать его название.

Постарайтесь найти интересные детали. Они могут указать на исключительные обстоятельства происходящего, экскурсии в историю, сравнения, позволяющие по-новому взглянуть на событие, и т.д.

Например: *По итогам IV национального чемпионата сквозных рабочих профессий высокотехнологичных отраслей промышленности WORLDSKILLS HI-TECH, в компетенции «Производственная сборка изделий АТ», первое место завоевали учащиеся Новосибирского аэрокосмического лицея имени Ю.В.Кондратюка и Лицея №22 «Надежда Сибири».*

Дополняющая деталь: *Победа сборной команды новосибирских лицеистов стала результатом плодотворного сотрудничества с Новосибирским авиационным техническим колледжем им. Б.С. Галуцака. К чемпионату ребята готовились на площадке колледжа под руководством мастера производственного обучения Григория Скубы и студентов старших курсов специальности «Производство летательных аппаратов».*

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, в 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

Бэкграунд 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.

Правила публикации пресс-релиза на сайте ИЦПО:

1. Готовый текст и фотографии высылаются на электронную почту администратора сайта – 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.