



# Как написать ПРЕСС-РЕЛИЗ?



- **Пресс-релиз** — это основной документ взаимодействия со СМИ.
- **Пресс-релиз (press-release, англ.)** – информационное сообщение для прессы об организации, компании, бренде, которое публикуется в СМИ.







Основная функция пресс-релиза - привлечение внимания общественности или целевой аудитории.



- Ваш пресс-релиз заинтересует тогда, когда в нём будет *интересная информация* для аудитории.
- Для написания хорошего пресс-релиза нужно выдерживать требования по его структуре.

# Структура пресс-релиза

При написании пресс-релиза следует соблюдать определённую информационную структуру, которая напоминает перевернутую



Структурно **пресс-релиз** должен состоять из следующих частей:

1. Заголовок;
2. Вступительный абзац (лид);
3. Основное тело;
4. Контактная информация;
5. Полезные для читателя ссылки (если публикация на Интернет-ресурсе).

- 
- Заголовок – обязательная часть. Чем короче, тем лучше. Должен содержать основную идею сообщения и быть, по возможности, ярким, интересным, запоминающимся!
  - Лид в пресс-релизе – это его первый абзац. Он не может начинаться с общих фраз, приветствий. В нём может быть конкретная информация, призыв или непосредственный повод пресс-релиза.

# ВАЖНО!



Заголовок и лид пресс-релиза являются наиболее важными во всём документе. Именно по первым строчкам журналист определяет, интересна ли данная новость его изданию или её можно выбросить.

# Творческое задание №1



## «Вкусные слова»

- Любое существительное можно описать с помощью прилагательных, но намного интереснее, когда эти слова необычные.
- Например: цвет – небесно-голубой, морской волны, белоснежный и т.д.
- Вам нужно **подобрать интересные прилагательные** к словам: СОБЫТИЕ, НЕДЕЛЯ, НОВОСТЬ, ЖУРНАЛИСТ.

# Правила пресс-релиза

- Пресс-релиз обычно занимает *1 страницу* и составляется как короткое информационное сообщение;
- *Заголовок и лид* пресс-релиза являются главными в определении того, будет ли он использован изданием или его проигнорируют.
- Пресс-релиз, включающий в себя всю необходимую информацию, соответствует правилу 5 вопросов: *Кто? Что? Когда? Где? Почему?*





- Классический вариант дизайна пресс-релиза предполагает, что в левом верхнем углу располагаются контакты (реквизиты организации, имя контактного лица);
- Под реквизитами размещается заголовок;
- Обычно пресс-релизы рассылаются по *электронной почте*. Реже - по обычной почте или по факсу. Пресс-релизы могут идти в комплекте с другими документами или сопровождаться письмом;
- Старайтесь составлять хорошие пресс-релизы понятным простым *живым языком*, без сложных оборотов и фраз.



# Творческое задание №2



- В некоторых жанрах необходимо передавать различные эмоции людей.
- Вам необходимо **подобрать слова, выражающие следующие эмоции: РАДОСТЬ, ГРУСТЬ, СТРАХ, ВОСХИЩЕНИЕ.**



# Творческое задание №3



- Важно уметь подбирать слова, чтобы тексты звучали живее и интереснее.
- Напишите **4 существительных**. Любых. А теперь подберите к ним как можно больше синонимов.

# КРАТКОСТЬ СЕСТРА ТАЛАНТА!

Постарайтесь уложиться в несколько абзацев, но зацепите журналиста своим пресс-релизом!



# Домашнее задание

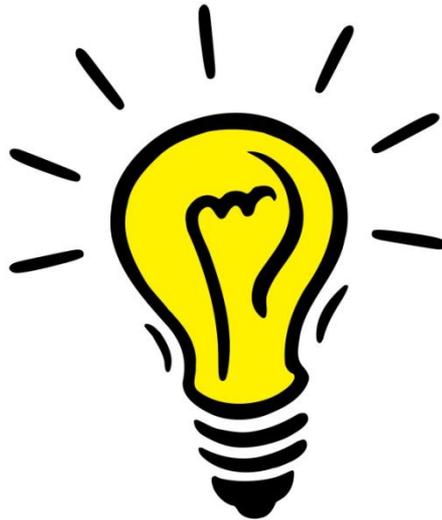


1. Напишите пресс-релиз, посвящённый Балу цветов
2. Напишите оригинальный пост о сегодняшнем занятии, а лучший мы выложим в группу РДШ



## Совет по написанию пресс-релиза:

Готовый текст прочтите и обдумайте возможные вопросы, которые могут возникнуть при прочтении вашего пресс-релиза журналистом. Обдумали? Ответьте на ваши придуманные вопросы в свой пресс-релиз и снова повторите прочтение.



Спасибо за внимание!

