

Методические рекомендации по составлению пресс-релиза

Структура пресс-релиза.

Заголовок и лид пресс-релиза являются наиболее важными во всём этом документе. Поэтому заголовок должен быть ярким, чтобы максимально заинтересовать любого, кто его начнёт читать. Лид — это первый абзац. Он должен состоять из одного предложения, в котором кратко излагается суть новости (события и т. п.). Здесь важно указать информацию в следующем порядке: кто является участником произошедшего события, новости и т. д., что за событие, новость, когда и где оно произошло или произойдёт, почему оно произошло и как оно произошло.

Пресс-релизы бывают нескольких разновидностей:

пресс-релиз-анонс — информация в таком пресс-релизе сообщает о событии, которое только должно произойти. Вовремя разосланный такой пресс-релиз обеспечит присутствие представителей прессы на событии. Помимо изложения сути предстоящего события в этом пресс-релизе можно дать соответствующую предысторию этого события, которая поможет заинтересовать прессу;

пресс-релиз-новость (нюс-релиз) — несёт в себе информацию об уже свершившемся событии. Здесь можно добавить и краткие комментарии действующих или заинтересованных лиц;

информационный пресс-релиз — информирует о текущем, ещё не завершённом событии. В этом пресс-релизе даётся только отчёт о текущих изменениях или новом повороте событий, предполагая, что суть этого события уже известна.

Пресс-релиз не должен содержать оценочных данных или информации рекламного характера, он должен быть небольшим по объёму (не больше двух страниц) и содержать в себе информацию только об одной-единственной новости.