



Руководство по написанию пресс-релиза для образовательных учреждений

Зачем нужно писать пресс-релизы?

Уважаемые коллеги, предлагаю вам ответить на вопрос: что такое пресс-релиз и для чего его пишут?

Пресс-релиз – это краткое информационное сообщение для прессы. В отличие от статьи, пресс-релиз – это короткая заметка, которая требует гораздо меньше времени и сил на ее написание. Особенность пресс-релиза в отличие от прямой рекламы и тематической статьи состоит в том, что это краткое сообщение, содержащее в себе ту или иную новость. Конечная цель деятельности по рассылке пресс-релизов состоит в том, чтобы формировать и поддерживать определенный имидж ведомства в глазах широкой общественности.

О чем можно писать в пресс-релизе?

Пресс-релиз пишется по поводу какой-то новости или события, которое называется информационным поводом. По этой причине содержание релиза, как правило, связано с определенным временным периодом. Материал, присланный через неделю после состоявшегося семинара или фестиваля, уже неактуален и не представляет интереса для СМИ. Вот почему необходимо как можно скорее отписывать после совершившегося события текст – на это есть всего день, максимум два. В противном случае, ваши труды окажутся напрасными.

Прежде всего, надо быть честным и писать о том, что может быть интересно журналистам и читателям СМИ. Вряд ли служителей прессы заинтересуют заседание рабочей группы по подготовке очередного фестиваля, конкурса или итоги праздничного чаепития в школе. Повод для написания пресс-релиза должен быть действительно значимым.

Пресс-релиз можно писать до самого события либо после него. Когда вы пишете о событии, которое неплохо бы осветить в СМИ, чтобы его посетило больше людей, писать необходимо заранее. Например, здесь речь может идти о дне открытых дверей, выставке и т.д.

После мероприятия необходимо написать пост-релиз, в котором рассказывается об итогах события.

Основные темы для написания пресс-релизов:

- о проведении семинаров, презентаций, пресс-конференций, конкурсов, выставок, фестивалей и др. значимых открытых мероприятиях;
- о достижениях образовательных учреждений, педагогов, учащихся на конкурсах, олимпиадах и т.п., а также об организации конкурсов;
- об этапах реализации проектов;
- о завершении капитального ремонта или строительства в образовательном учреждении;
- о других важных для образовательного учреждения событиях.

Пресс-релиз должен отвечать на следующие вопросы:

Что (происходит)?

Где это (происходит)?

Когда это (происходит)?

Почему и зачем (это делается)?

Какие перспективы это имеет? (если таковые есть)

Структура пресс-релиза



Методические рекомендации министерства образования Самарской области

Каждый пресс-релиз должен содержать следующие элементы: заголовок, вводный абзац (резюме), основная часть, контакты ответственного лица. Самая основная информация в начале материала, таким образом, текст организуется по принципу перевернутой пирамиды.

Заголовок – обязательная часть. Он должен содержать основную идею сообщения и быть, по возможности, информативным, ёмким и понятным. Не надо придумывать туманных концептуальных заголовков типа «Новый прорыв», «Стабильность - основа развития», «Ивестируем в будущее»...

Заголовки для сайта отражают, как правило, характер действия или его этапа: *Определен Учитель года Самарской области 2011 года, Студентов вузов Самарской области наградили стипендией Губернатора, Стартовала акция «Пейте дети молоко», В конкурсе профессионального мастерства будущих медиков определены лучшие, Назовут имена победителей VIII областного конкурса «Сердце отдаю детям».*

Вводный абзац, или резюме - это краткое содержание пресс-релиза, выражающее основную мысль текста в нескольких предложениях. Во избежание тавтологии, старайтесь, чтобы резюме не копировало заголовок, но при этом давало более расширенную информацию, поясняло его.

Резюме, как правило, отвечает на вопросы: когда?, где? и что?, а также в некоторых случаях кто?

Можно выстроить следующую цепочку предложений: дата (и время, если это анонс) – место (и адрес для анонса) – обозначение события (и возможно, ключевой фигуры на данном событии).

8 апреля состоялась видеоконференция «Открытый урок» с участием старшеклассников Сызранского, Шигонского и Ставропольского районов.

23 марта в Государственном дошкольном образовательном учреждении Центр развития ребенка Детский сад №368 стартовала акция «Пейте дети молоко».

20 марта в с. Большая Глушица прошел межрайонный турнир по футзалу, среди юношей 1993 года и моложе. В данном турнире приняло участие 7 команд из Большечерниговского района и 1 команда из Большеглушицкого района Самарской области.

Основная часть текста отвечает на оставшиеся вопросы: кто?, почему? и зачем?, какие перспективы ожидаются? (если они есть). Рекомендуемый объем основной части - примерно 1,5 тыс. знаков. Но, в зависимости от темы и содержания новости, объем пресс-релиза может варьироваться по усмотрению автора.

«Золотая цитата». Если мероприятие проходит с участием руководителей федеральных и областных ведомств, а также руководителей территориальных управлений, других высокопоставленных лиц, спонсоров необходимо добавить в сообщение комментарий данного лица. Если таких участников несколько, то в тексте должна быть «золотая цитата» самого статусного из участников, либо двух участников. Комментарий должен содержать мысль, отражающую отношение того или иного спикера или ведомства к проблеме, к ситуации, к мероприятию.

Справочная информация по теме события может быть представлена в тексте, либо вынесена за текст. Это делается по усмотрению автора.

Примеры пресс-релизов вы можете посмотреть на официальном сайте министерства образования и науки Самарской области, а также на портале «Образование и наука Самарской области».

Стилистика и оформление пресс-релиза

1. *Пресс-релиз должен содержать информацию: факты, цифры, тенденции. Он обычно пишется не в разговорной, повествовательной манере, а в телеграфной и обезличенной.*



1 марта в Центре социализации молодежи состоялась церемония вручения дипломов лауреатам премии для поддержки талантливой молодежи по итогам реализации приоритетного национального проекта «Образование» в 2010 году. В мероприятии приняли участие юные призеры всероссийских и региональных мероприятий, получившие премию в размере 30 тысяч рублей. Среди них были студенты вузов и учреждений среднего профобразования, учащиеся школ, гимназий и лицеев, а также воспитанники учреждений дополнительного образования детей.

2. Тем не менее, есть ряд исключений, под которые Вы попадаете. Все зависит от темы пресс-релиза и места его размещения. Если вы пишете пострелиз для сайта школы, либо на сайт территориального управления или ресурсного центра, в некоторых случаях уместно будет уйти в сторону публицистики.

Например, если речь идет о каком-то семейном празднике, который прошел в школе, о дне здоровья, о лыжном походе, о состоявшейся литературной гостиной или открытом уроке.

Пример: (о благотворительном концерте в социально-реабилитационном центре для несовершеннолетних) Коллективу «Березки» не привыкать выступать на сценических площадках самого разного уровня: воспитанники коллектива – активные участники летних и зимних областных профильных смен детской фольклорной деревни «Берестечко», участники и призёры региональных и международных фестивалей. На этот раз ребята вместе со своим бессменным руководителем Ириной Бочковой выступили с инициативой провести в районе концертное турне. Да не простое, а с мастер-классами, потому что в коллективе ребята учатся не только петь и играть на различных музыкальных инструментах, но осваивают народные ремёсла.

(Об экскурсии школьников в музей полиции Самарской области) Переходя с экскурсантами от одного стенда к другому, хозяйка музея рассказывала девочкам и мальчишкам о подвигах милиционеров-земляков, о резонансных преступлениях, раскрытых сыщиками губернии. Неподдельный интерес вызвали у ребят образцы оружия и милицейской экипировки, находившиеся в различное время на вооружении в органах внутренних дел и представленные в музее в качестве экспонатов. Ребята с большим интересом рассматривали музейные ценности, а некоторые предметы экипировки им даже удалось примерить.

Обратите внимание, как много деталей излагают авторы в своих материалах. Если вы пишете о подобных мероприятиях, старайтесь уходить от сухого перечисления того, что делали его участники. Разбавьте свой текст эпитетами, метафорами.

Когда вы пишете такой пресс-релиз, представьте, что этот текст вы хотите послать другу, близкому человеку или одному из участников мероприятия.

3. Очень важно насытить деталями свой материал. Простое оповещение аудитории о том, что в детском саду прошел утренник, или состоялось очередное заседание управляющего совета школы никому не интересно.

Какой, на ваш взгляд, информацией можно было бы дополнить этот пресс-релиз?

14 марта 2011 года на заседании Управляющего совета директор школы Людмила Образцова познакомила членов Управляющего совета с основными направлениями стратегии развития системы образования Самарской области «Модель -2012» и планом ее реализации.

Главным предметом обсуждения стал вопрос организации профильного обучения в Дмитриевской школе на основе выбора учениками индивидуальной образовательной траектории.

Людмила Образцова рассказала о том, что государственное образовательное учреждение начального профессионального образования профессиональное училище №19 г.Нефтегорска готовится переходить на реализацию программ двух уровней – начального и среднего профессионального образования.



Вопросы профориентации учащихся вызвали большой интерес у членов общественного совета.

4. Не подменяйте пресс-релиз скопированным из нормативно-правового акта текстом. В любом случае, такой материал будет требовать доработки – стилистической и графической правки.

Такие материалы как программа мероприятия или его проект совершенно не подходят для пресс-релиза. Они могут быть только его проектом.

5. Не ленитесь потратить абзац или несколько предложений на то, чтобы что-то пояснить, поскольку читатель, в частности журналист, может быть не в курсе того или иного проекта, конкурса, мероприятия, последних тенденций в сфере образования. Если у вас есть гиперссылка, укажите её полный адрес в скобках. Это позволяет сделать сообщение кратким, и читатель при этом имеет возможность получить исчерпывающую информацию по вопросу.

6. Не стоит также стараться рассказать обо всем: идеальный пресс-релиз занимает страничку, максимум – две.

7. Когда мы называем человека в пресс-релизе, то полностью пишем его должность, имя и фамилию. Сначала имя, потом фамилия, а не наоборот. Отчество указывать не нужно. Нельзя писать фамилию с инициалами!

Губернатор Самарской области Николай Меркушкин, министр образования и науки Самарской области Владимир Пылёв, директор МОУ СОШ №1 г.о. Чапаевск Владимир Терехов,, учитель физкультуры Василий Кузнецов...

При первом упоминании человека, его имя и фамилию следует выделить жирным шрифтом.

8. Все названия образовательных учреждений нужно писать полностью.

ГДОУ ЦРР Детский сад №368 – Государственное дошкольное образовательное учреждение Центр развития ребенка Детский сад №368

РЦМО – Региональный центр мониторинга в образовании

СОДЭБЦ – Самарский областной детский эколого-биологический центр

9. Если вы присылаете пресс-релиз в министерство или на портал «Образование и наука Самарской области», представлять информацию надо единым, цельным, а не структурированным текстом, т.е. не желательно размечать отдельно графы «дата», «место проведения», «цели и задачи»...

10. Большое внимание читателей привлекают иллюстрации. Для пресс-релизов, предназначенных для публикации на сайтах, желательна фотография или иное графическое изображение.