



Funded by  
the European Union



«Ақпаратты-ресурстық  
орталығы»  
қоғамдық қоры



ОБЩЕСТВЕННЫЙ ПРОЕКТ

# Освещение и продвижение результатов мониторинга государственных программ развития в СМИ и социальных медиа

**Марал Айтмагамбетова,**  
медиатренер проекта

Пресс-релиз и другие жанры продвижения в  
рамках информационной кампании

# Информационная кампания — это детальная спланированность

- Чётко поставленные прописанные цели: чего мы хотим добиться. Чётко установленные сроки проведения.
- Использование одновременно нескольких способов распространения информации (медиа, соцсети, офлайн-мероприятия).
- Разноформатность медийных продуктов: короткие сообщения, визуалы и видео, спецпроекты и офлайновые мероприятия.
- Интенсивность информирования: тему, которую мы выбираем, мы показываем с разных ракурсов.

# Концепция информационной кампании

1. Зачем?
2. О чём?
3. Для кого мы это делаем?
4. Каким образом доносим информацию? Какие каналы информирования?
5. Кто будет делать?
6. Как она будет выглядеть и из каких этапов состоять?
7. Какой результат должен быть?

# Классические жанры

Пресс-анонс

Пресс-релиз

Информационное письмо

Фактическая справка

Интервью

Заявление для СМИ

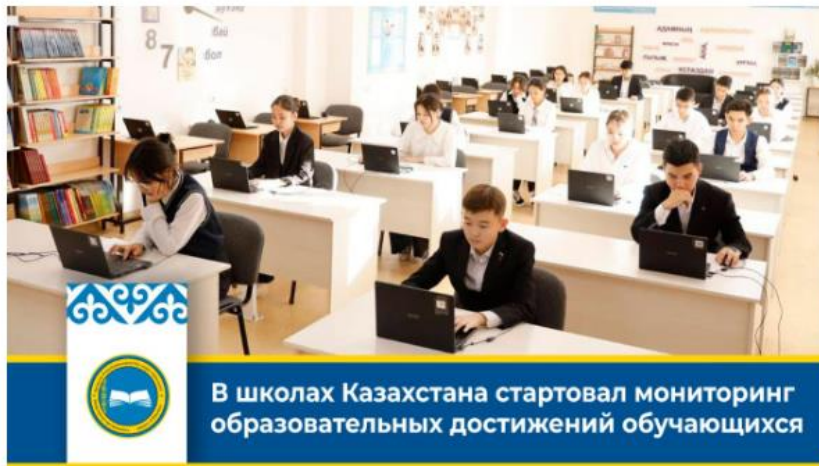
Статья

# Что такое пресс-релиз

## В школах Казахстана стартовал мониторинг достижений обучающихся

← 15 апреля 2024 - 11:15 🔗 📶

👁 274



С 15 апреля в школах Казахстана начался мониторинг образовательных достижений обучающихся (МОДО). В нем принимают участие более 140 тысяч учащихся четвертых и девярых классов из 2404 организаций среднего образования.

«В связи с паводковой ситуацией в шести регионах: Акмолинская, Атырауская, Актыбинская, СКО, Костанайская и ЗКО проведение МОДО переносится с 15 апреля на 29 апреля. В остальных регионах занятия идут в штатном режиме и модо пройдет по запланированному графику. Мониторинг проходит в форме компьютерного комплексного тестирования по трем направлениям: читательская, математическая и естественнонаучная грамотность», - отметила руководитель управления Комитета по обеспечению качества в сфере образования Министерства просвещения Динара Абылканова.

**Пресс-релиз –  
это новость,  
которую вы  
читаете в  
газетах, только  
без контактов  
внизу.**

**Поэтому писать  
ее нужно, как  
новость.**

# Что такое пресс-релиз?

- "press release" - это информационное сообщение для прессы, в котором есть новость, официальная позиция по какому-то вопросу, ответная реакция на определенный информационный повод, анонс какого-то события.
- суть этого документа - выразить необходимую, интересную ( = Новизна + Актуальность + Информативность) информацию, которой могут (но не обязаны!) воспользоваться СМИ.
- цель – довести информацию до целевой аудитории через каналы СМИ на бесплатной основе

# Разновидности пресс-релизов

- "Анонс" - о предстоящем событии; своевременное оповещение журналистов и общественности может привлечь дополнительное внимание к событию и обеспечить посещаемость.
- "Новость" - об уже свершившемся событии; привлекает внимание к субъекту-исполнителю, продукту, дальнейшим событиям и проч.



# Что самое главное вы хотите сказать?

## Правило 5W+1H:

- кто (who) –
- что (what) –
- где (where) –
- когда (when) –
- почему (why) –
- как (how) –

# Структура пресс-релиза

Заголовок

Лид

Детали/цитаты

Бекграунд

Дополнения

Картинки

Контакты

## СТРУКТУРА ПРЕСС-РЕЛИЗА

**Заголовок**  
(отвечает на вопрос  
что?)

Информативный  
Краткий  
Яркий

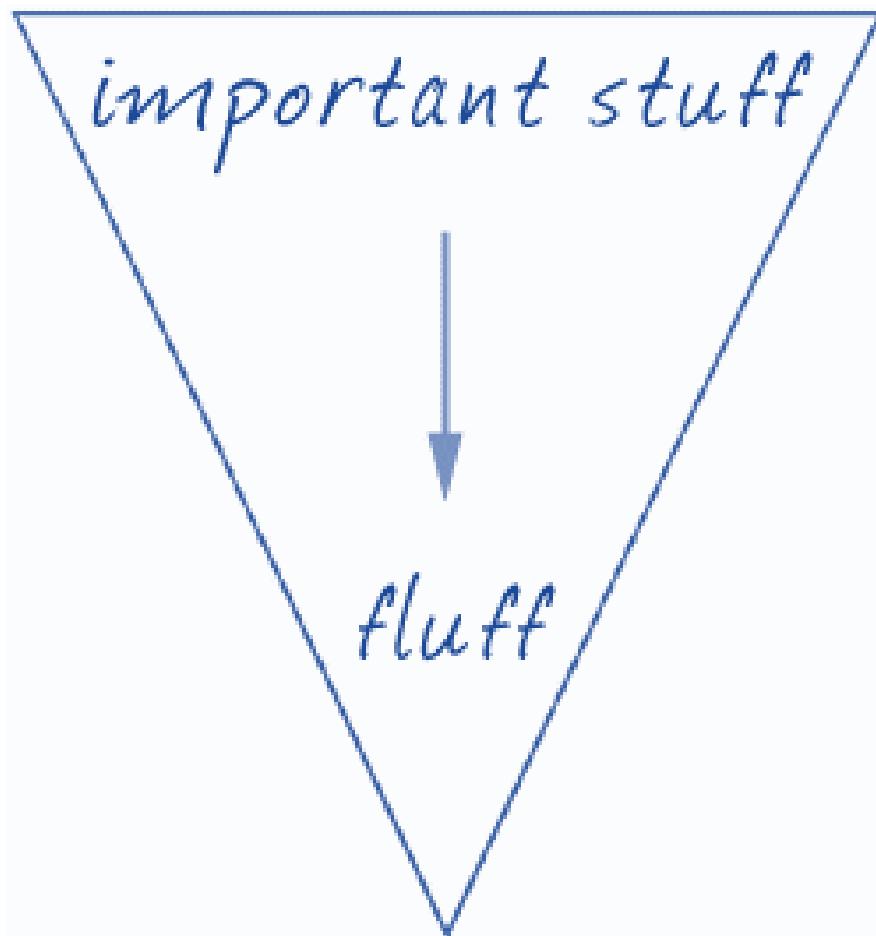
**Лид**  
(отвечает на вопросы  
когда, где, как и зачем)

Лаконичный (2-3  
предложения)  
Информативный  
Интересный

**Тело текста**  
(раскрывает  
содержание заголовка  
и лида)

Особое внимание  
первому абзацу.  
Можно включать  
выдержки из  
исследований,  
факты, цифры,  
статистику,  
цитаты.

# Содержание пресс-релиза



- самое важное в первом абзаце
- детали посередине
- незначительные подробности внизу.

# Дополнения

- ссылки на фото, видео
- ссылки на исследования, открытые письма
- ссылки на предыдущие новости на эту тему
- пояснения к релизу



# Визуал: хорошее качество, крупный план, ссылки

## Фотографии

- четкий сюжет
- несколько фотографий (1 плохо, 100 плохо)
- фото с описанием, подписанные



## Аналитика

- таблицы, схемы
- графики,
- инфографики



# Советы от профессионалов



## Еще немного советов

- не отправляйте пресс-релиз только в приложении, копируйте в текст письма
- не отправляйте релиз в pdf журналистам
- не пишите релиз больше 1 страницы

# **Мастерская пресс-релиза**



## Задание

- Представьте себе, что ваша организация (НПО) провела мониторинг качества оказания государственных услуг.
- Основная цель пресс-релиза — донести до широкой аудитории и СМИ результаты мониторинга, подчеркнув важные выводы и рекомендации.



## Пресс-релиз, созданный ИИ

