**Пресс-релиз жазудың негізгі ережелері**

**Пресс-релиз – бұл, ең алдымен, жаңалық, сондықтан ол нақты өлшемдерге сәйкес келуі керек:**

* **ақпараттың жаңа болуы;**
* **ақпараттың өзектілігі;**
* **ақпараттың толық қамтылуы.**

**I. Пресс-релиз тақырыбын дұрыс қою маңызды**

Пресс-релиз тақырыбы оқырманның қызығушылығын оятуы тиіс және оқиғаның не туралы екенінен хабардар ету керек. Мәтін атауы өткен шараның тақырыбы немесе мәні мен маңыздылығын айқындайтын барынша қысқа сөйлемнен тұруы шарт.

**II. Лид**

Лид – мәтіннің ақпараттық негізі. Ол материалды бір немесе екі сөйлеммен ашып, кім? не? қашан? қайда? неге? және қалай? деген алты сұраққа жауап береді. Егер лид осы сұрақтарды толық қамти алса, бұл жақсы бастама болып табылады.

**III. Пресс-релиздің негізгі мәтіні**

Бұл бөлімде ең маңызды ақпаратты жеткізу керек. Ол бірінші абзацта жазылады. Әрі қарай ақпараттық жағдай толық ашылып жазылады. Бұл фактілер, статистика, сандар, қызықты мәліметтер және тағы басқа мәліметтер болуы мүмкін.

**IV. Дәйексөз**

Пресс-релизге түсініктеме немесе сараптамалық пікір қосу керек. Ол материалдың өзектілігін арттырады. Мұндай материал оқырманның есінде қалады. Дәйексөздің көмегімен спикерді бөліп көрсетуге немесе жаңалыққа қатысы бар негізгі тұлғаға назар аударуға болады. Бұл – спикердің баурап аларлықтай мәнді немесе өткір пікірі арқылы оқырман назарын аударатын бірден-бір ұтымды тәсіл.

**V. Пресс-релиздің қорытындысы және аяқталуы**

Шараның қорытындысы, қабылданған ұсыныстар мен құжаттар туралы ақпарат беріледі.

**VI. Ұйым туралы қысқаша анықтама**

Бұл бөлімде ұйымның немесе факультеттің қызметі туралы қысқаша сипаттауға болады. Тарихы, негізгі жетістіктерін қосыңыз.

**VII. Көрнекі ақпарат, мультимедиа**

Пресс-релизге шарадан түсірілген суреттер, баннерлер, инфографика мен логотип қосылуы керек. Қызықты фотосуреттер де назар аудартады және сайт немесе газеттің жаңалықтар лентасының көркін аша түседі.

**VIII. Байланыс телефондары**

Пресс-релиздің соңында қосымша ақпарат алуға болатын ұйымның немесе ұйымдастырушының байланыс телефондары көрсетілуі керек. Сондай-ақ, сайт немесе әлеуметтік желілерге сілтеме қоюға болады.

**Пресс-релизді жазу кезінде ескерілуі қажет**

1. Бір пресс-релиз – бір жаңалық.

2. Пресс-релиз қысқа және мазмұнды болуы керек. Мәтін бір немесе ең көбі екі беттен аспауы тиіс.

3. Мәтінде ұзақ құрмалас сөйлемдерді көп қолданбау. Түсінікті, жеңіл әрі шұрайлы тілде жазыңыз.

4. Баға беру пікірлерінен аулақ болыңыз және олардың орнына фактілер мен сандарды қолданыңыз.

5. Пресс-релизде есімдіктің орнына ұйымның атауын қолданыңыз.

**Баспасөз релизінің түпкі мақсаты** – ақпаратты сауатты жеткізу, қоғам алдында ұйымның имиджін қалыптастыру және көтеру.

**Баспасөз релизі ҚазҰУдың баспасөз қызметіне шара өтерден 2 күн бұрын, ал пост-релиз шара өткеннен кейінгі 2 сағаттан кейін жолдануы керек.**