DOI: 10.17117/na.2015.03.242

Поступило в редакцию: 24.03.2015

<http://ucom.ru/doc/na.2015.03.242.pdf>

Сергеева А.Ю., Туранина Н.А. Пресс-релизы как одно из средств реализации технологии «Public relations»

Sergeev A.Yu., Turakina N.A.
Press releases as a means of implementing
the technology «Public relations»

Реклама на сегодняшний день широко распространена и популярна. Одной из основных задач, которая стоит перед любой организацией, в том числе и перед библиотекой, в процессе построения коммуникации с пользователями, является использование определенных рекламных средств для привлечения внимания к библиотеке. В качестве одного из таких средств выступает пресс-релиз, как вид публикаций для работы со СМИ
Ключевые слова: реклама, пресс-релиз, библиотека

Advertising today is widespread and popular. One of the main challenges facing any organization, including in front of the library, in the process of building communication with users, is the use of certain advertising techniques to attract attention to the library. As one of such means acts press release, as the type of publications to work with the media

Key words: advertising, press-release, library

Сергеева Алина Юрьевна
Магистрант
Белгородский государственный институт искусств и культуры
г. Белгород, ул. Королева, 7

Sergeeva Alina Yurievna
Master
Belgorod state institute of arts and culture
Belgorod, Koroleva st., 7

Туранина Неонила Альфредовна
Доктор филологических наук, профессор, заведующий кафедрой
Белгородский государственный институт искусств и культуры
г. Белгород, ул. Королева, 7

Turanina Neonila Alfredtowna
Doctor of Philological Sciences, Professor, Head of Department
Belgorod state institute of arts and culture
Belgorod, Koroleva st., 7

Рынок распределения свободного времени является конкурентной средой различных досуговых учреждений, и в частности – библиотек. Поэтому сегодня в библиотеках идет активный поиск новых форм обслуживания и предоставления информации пользователям, путей выхода из привычных рамок и активного их внедрения в повседневную жизнь [5]. В последнее время не люди доставляется к продукту, а наоборот. В связи с этим пользователи уже давно не устраивает роль пассивного зрителя – он хочет не просто наблюдать, а участвовать. Следовательно, нужно вовлекать его к проведению и участию в различного рода мероприятиях [1]. В этом процессе большую роль играет реали-

зация технологии «public relations», а среди различных средств и методов, используемых для связи с общественностью, особое место занимают пресс-релизы.

Пресс-релиз – информационное сообщение, которое содержит важную новость, они предоставляет организациям возможность информировать СМИ и общественность о наиболее важных событиях, которые будут проходить в организации.

По мнению исследователей, основными целями написания пресс-релиза являются:

- передача информации о событиях, которые представляют общественный интерес;
- разъяснение необходимости и сущности отдельных решений руководства организации;
- краткое изложение доклада работника организации на предстоящем мероприятии, касающегося определенного события организации [2].

Пресс-релиз следует начать писать, если существует действительно интересная новость, так как не информативный и ненужный пресс-релиз будет оставлен без внимания, а работа над ним бессмысленной. Анализ точки зрения специалистов показал, что для того, чтобы материал пресс-релиза был напечатан в СМИ, необходимо соблюдать следующие правила:

- Пресс-релиз желательно печатать на плотной белой бумаге. В некоторых случаях может быть использован официальный бланк организации.
- Пресс-релиз должен иметь интересный заголовок, так как он является наиболее важными во всем документе. В силу того, что по первым строчкам журналист определяет: интересна ли данная новость; заголовок должен быть ярким, чтобы максимально заинтересовать пользователя любого возраста.

Основную информацию необходимо включить в первый абзац пресс-релиза. Первый абзац должен состоять из одного предложения, в котором кратко излагается суть новости. Здесь важно перечислить информацию в следующем порядке: кто является участником события, какое это событие, когда и где оно произойдет. Все последующие абзацы лишь будут дополнять и раскрывать передаваемое сообщение.

Три – четыре следующих абзаца раскрывают тему пресс-релиза и содержат основные факты, описание события. Здесь необходима ясность и конкретность формулировок. Информация должна быть без искажений и преувеличений, нужно использовать хорошо проверенные источники информации и только достоверные данные.

Объем пресс-релиза не должен быть слишком большим, максимум одна-две страницы машинописного текста.

В конце пресс-релиза следует указать контакты лица, ответственного за организацию [4].

Пресс-релизы обычно направляются в различные СМИ: газеты, журналы, радиостанции, телевизионные компании, с этой целью PR-службы составляют и периодически обновляют списки адресатов-получателей пресс-релизов. Подготовленный к отправке пресс-релиз обычно подписывается руководителем

пресс-центра компании или специально назначенным ответственным за связь с прессой. Перед непосредственной отправкой пресс-релиза адресату следует определить приемлемую дату его публикации и проставить соответствующую отметку на самом документе [3].

Исходя из всего вышеперечисленного, мы предлагаем разработанный нами пресс-релиз «Белгородской государственной детской библиотеки А.А. Лиханова».

Пресс-релиз

Государственное казенное учреждение культуры

«Белгородская государственная детская библиотека А.А. Лиханова»

Россия, 308000, г. Белгород, ул. Гражданский проспект 33

Тел. / факс +7(4722) 27-53-58

E-mail: <http://www.belgdb.ru>

«Читаем, мечтаем и познаем!» – фестиваль, посвященный чтению пройдет 1 – 10 марта 2015 года в Белгородской области. Цель фестиваля – продвижение чтения среди пользователей, организация досуга читателей, предоставление информации о новых поступлениях современной литературы. Акция организована по инициативе «Белгородской государственной детской библиотеки А.А. Лиханова»

В рамках фестиваля в Белгородской области состоится более 5 мероприятий, посвященных детям и молодёжи. Начало фестиваля 1 марта в 10.00 в Белгородской государственной детской библиотеке, где будет организована пресс-конференция с участием белгородских писателей – участников фестиваля. В фестивале примут участие 10 известных детских авторов Белгородской области: Ю.И. Макаров, В.Н. Черкесов, В.В. Колесник, Б.И. Осыков, В.Я. Череватенко, В.Е. Дубравный, Ю.М. Литвинов, В.Е. Молчанов, В.М. Шаповалов, Е.Ф. Дубравный. Начиная со 2 марта основными площадками для проведения мероприятий станут детские сады и школы г. Белгорода.

Планируемые мероприятия:

- «Путь в будущее» – презентация новых книг;
- «Писатель с большой буквы» – автограф – сессия с детским писателем Э.Н. Успенским;
- «Библиотечный мир» – проведение экскурсии по детским библиотекам города Белгорода;
- «Лучший подарок книга» – на площадках, где будут проходить фестивальные мероприятия, состоится вручение подарочных книг;
- «Моя книга» – мероприятие, в ходе которого детям предлагается почувствовать себя писателем, художником оформителем, составителем своей книги.

Знакомство с детскими книгами, сувениры с символикой фестиваля подарят детям радость и хорошее настроение. Каждое из мероприятий фестиваля «Читаем, мечтаем, познаем!» направлено на превращение процесса чтения в необходимую потребность детей.

По всем вопросам обращаться: Отдел просветительских программ. Тел.: +7(4722) 78-91-30 – Иванова Ирина Петровна.

Таким образом, данный пресс-релиз, способствует продвижению услуг библиотеки, и стимулирует интерес детей к чтению, к книге и библиотеке.

Список литературы:

1. Бурсина Ю.А. Библиотечный PR. Технологии создания системы доверия во внешних партнерских отношениях // Справочник руководителя учреждения культуры. 2006. № 5. С. 65–73.
2. Козлова Т.В. PR-деятельность учреждения культур // Справочник руководителя учреждения культуры. 2006. № 12. С. 50–57.
3. Гончарова А.А. Пресс-релиз и анонс в системе библиотечных PR-технологий.
URL: <http://www.cbs-novoch.ru/kollegam/metod/press.html>
4. Пресс-релизы, их назначение и особенности распространения.
URL: <http://www.pr-lecture.narod.ru/prt6r3part1.html>
5. Сергеева А.Ю., Туракина Н.А. Библиотечная реклама // Теоретические и прикладные вопросы науки и образования. 2015. Ч. 12. С. 141–143.

References:

1. Burkina Y.A. Library PR. The technology to build a system of trust in external partnerships // Guide the head of the institution culture. 2006. №5. Pp. 65–73.
2. Kozlova T.V. PR activities of the institution culture // Guide the head of the institution culture. 2006. №12. Pp. 50–57.
3. Goncharov A.A. Press release and announcement in the library system of PR-technologies.
URL: <http://www.cbs-novoch.ru/kollegam/metod/press.html>
4. Press releases, their purpose and features of distribution.
URL: <http://www.pr-lecture.narod.ru/prt6r3part1.html>
5. Sergeev A.Yu., Turakina N.A. Library advertising // Theoretical and applied problems of science and education. 2015. Vol. 12. Pp. 141–143.

© 2015, Сергеева А.Ю., Туракина Н.А.
Пресс-релизы как одно из средств реализации
технологии «Public relations»

© 2015, Sergeev A.Yu., Turakina N.A.
Press releases as a means of implementing the
technology «Public relations»