

## JAK POWINNA WYGLĄDĄC INFORMACJA PRASOWA

### Co powinna zawierać informacja, która zostaje przekazywana na zewnątrz?

1. **Tytuł** – powinien przyciągać uwagę i być atrakcyjny. Często to właśnie tytuł decyduje o tym, czy dziennikarz zapozna się z dalszą częścią informacji uznając ją za interesującą. Podstawową funkcją tytułu jest zwrócenie uwagi.
2. **Lead (lid)** – to zapowiedź tego, o czym będzie informacja. Stanowi streszczenie całego komunikatu i odpowiada na następujące pytania: **kto? co? Gdzie? kiedy? dlaczego? z jakim skutkiem?** Po przeczytaniu leadu odbiorca powinien mieć ogólną wiedzę dotyczącą opisywanego tematu. Informację prasową tworzy się zgodnie z zasadą „**odwróconej piramidy**”. Na początku muszą znaleźć się informacje najbardziej istotne. Możliwe, że tylko ta część informacji zostanie opublikowana, dlatego też powinna ona odpowiadać na zasadnicze pytania i być kwintesencją całości.
3. **Rozwinięcie** - zawiera rozbudowane informacje przekazane wcześniej w leadzie. W rozwinięciu podajemy pozostałe informacje z zachowaniem kolejności od faktów najważniejszych do mniej ważnych. Nie każdy dziennikarz czy czytelnik ma ochotę i czas czytać cały tekst.
4. **Osoba do kontaktu** – koniecznie trzeba podać takie informacje jak imię i nazwisko, telefon, adres e-mail osoby, która w razie potrzeby udzieli szczegółowych informacji.
5. **Załączniki** – jeżeli organizatorzy posiadają, mile widziane są różnego rodzaju grafiki związane z inicjatywą: program, plakat, ulotka, folder itp.

### Cechy skutecznej informacji prasowej:

1. **Aktualność** - dziennikarze potrzebują newsów. Tylko „świeże” wydarzenia mają szansę ujrzeć światło dzienne. To co chcemy przekazać, musi być użyteczne dla dziennikarza i dla czytelnika. Media chętniej publikują zapowiedzi wydarzeń niż sprawozdania.
2. **Neutralność** - informacja prasowa nie powinna zawierać treści reklamowych lub promocyjnych. Najlepiej jeśli przedstawia fakty, bez wartościowania. Klasycznie informację należy redagować w trzeciej osobie (nie stosować formy „my”, „nasz” itp.), w przeciwnym razie będzie sugerowała autopromocję.
3. **Zwiężłość** - informacja powinna być krótka (max. strona A4). Zwięzły, klarowny i rzeczowy przekaz ma znacznie większe szanse już na starcie.
4. **Konkretność** (mierzalność) – im dokładniejsze dane tym lepiej. Zamiast pisać, że podczas występu wystąpią ciekawe zespoły lepiej podać ich nazwę, wymienić gatunek muzyczny, najbardziej rozpoznawalny utwór danej formacji.
5. **Element bliskości** - informacja powinna traktować o tematach bliskich odbiorcy. Chętnie czytamy o wydarzeniach z regionu, w którym mieszkamy, o sprawach nam znanych i w jakiś sposób z nami związanych.
6. **Element „wielkiego świata”** - jeśli wydarzenie wiąże się w jakiś sposób z osobami publicznie rozpoznawalnymi lub powszechnie znanymi instytucjami czy firmami, należy napisać o tym na początku. Informacje takie przyciągają uwagę i są szybko wychwytywane przez odbiorcę.

### Jakie błędy osłabiają skuteczność informacji prasowej?

1. Związane z **tematem**: informacja nie zawiera newsa, elementu zaskakującego czy przyciągającego uwagę.
2. Związane z **językiem**: informacja jest pisana w sposób niezrozumiały, jest nasycona fachowymi terminami, przymiotnikami, zawiera błędy ortograficzne.
3. Związane z **formą**: tekst jest napisany chaotycznie, brakuje w nim standardowych elementów wymaganych przy konstrukcji informacji prasowej, wygląda nieestetycznie.
4. Związane z **czasem**: informacja została wysłana po zamknięciu numeru lub jest już nieaktualna.

Centrum Prasowe UMCS- <https://www.umcs.pl/pl/kontakt,20723.htm>

Redakcja serwisu głównego i serwisów wydziałowych- <https://www.umcs.pl/pl/redaktorzy,7268.htm>

Zasady publikacji informacji- <https://www.umcs.pl/pl/zasady-publicacji-informacji,7275.htm#page-1>