

Логотип(ы) находятся здесь. Не в шапке. В передней части.

## Яркий заголовок, привлекающий внимание

- Пункты списка, которые выявляют основной смысл/интересные даты/факты/точки зрения.
- Пункт 2
- Пункт 3 (не больше трех)

**1-й абзац: Место и дата.** Будьте краткими. Не более трех строк. Четко укажите, кто, что, где и когда (стандартный журналистский формат).

**2-й абзац: «И что?»** - объясните, ПОЧЕМУ это важно. Если к этому моменту вы не привлекли внимание журналиста, то остальная часть релиза не имеет значения.

**Цитаты:** необязательно, но ограничьтесь одной цитатой из 1–2 предложений, если она уместна и интересна. «Эта цитата может усилить абзац «И что» и должна быть запоминающейся для громких СМИ», — сказал хх. «Укажите имя говорящего перед вторым предложением. НЕ используйте никакие слова, кроме слова «сказал», для обозначения диалога. Фрагмент из цитаты. Никакого жаргона.

**Дайте более подробную информацию** – укажите ключевые элементы (дальнейшее определение проблемы или предлагаемых решений), возможные другие точки зрения (включая региональные элементы) и дополнительные цитаты.

В целом, релиз не должен превышать двух страниц – 500 слов или меньше! Если да, поместите дополнительные сведения в дополнительный информационный бюллетень (см. ниже).

### ПРИМЕЧАНИЯ ДЛЯ РЕДАКТОРОВ

Скачать копию отчета (желательно гиперссылка)

Загрузите дополнительный информационный бюллетень/фотографии/видео/инфографику (желательно по гиперссылке)

*О вашей организации*

Добавьте краткое описание вашей организации (не более трех предложений).

Для получения дополнительной информации обращайтесь: Имя, должность, адрес электронной почты\*

\*Важно указать людей, веб-сайты и адреса электронной почты, с которыми журналисты могут связаться для получения дополнительных вопросов. Если им нужно будет связаться с несколькими людьми, чтобы получить ответы, чтобы они не потеряли интерес.

Пожалуйста, подтвердите это в своем отделе по связям с общественностью или в отделе по связям со СМИ.

-----ПОСЛЕДНИЕ ПРИМЕРЫ-----

Распространяется как лесной пожар, доклад ЮНЕП

Атлас вечной мерзлоты Арктики, презентация книги

Пресс-релизы ГРИД-Арендал

-----ПРЕДСТАВЛЕНИЕ СМИ-----

<https://www.allsides.com/media-bias/how-to-spot-types-of-media-bias>