

Ziņu relīze (saukta arī par preses relīzi) ir viens no visbiežāk lietotiem instrumentiem darbā ar masu medijiem. Tā ir oficiāla rakstura rakstiska informācija, kas satur ziņas par aktuāliem notikumiem. Ziņu relīzes sagatavošanas procesā ir svarīgi ievērot vairākus pamatnosacījumus:

ziņas kodols ir ietverts pirmajā rindkopā

skaidrs mērķis

Kāds ir ziņu relīzes mērķis? Informēt? Izskaidrot? Motivēt? Piemēram, rakstot ziņu relīzi par kādu pasākumu, mērķis varētu būt palielināt pasākuma apmeklētāju sakaitu un popularizēt savu vietu (ceļojuma galamērķi). Mērķis - informēt par pasākumu un motivēt konkrētai rīcībai - pasākuma apmeklēšanai.

jaunuma kritērijs

Ziņai jā satur informācija par aktuāliem notikumiem. Jo tuvāks ir kāda notikuma norises laiks masu medija iznākšanas laikam, jo lielāka garantija, ka medijs ziņu izmantos. Atslēgas vārdi varētu būt „šodien”, „rīt”, „vakar” u.c.

nepārtrauktība

Notikumam, kas jau ir definēts kā ziņa (ir jau par notikumu reiz ziņots), ir lielākas izredzes arī turpmāk palikt žurnālistu uzmanības lokā.

Nav vērts rakstīt preses relīzi, ja pasākumi/notikumi norisinājušies pirms vairākām dienām, nedēļām vai mēnešiem. To neviens npublicēs!

viens galvenais vēstījums

Katram notikumam jā gatavo atsevišķa ziņu relīze. Nevar vienā relīze aprakstīt visas aktuālās ziņas.

saturiski pareiza, precīza

Rakstot ziņu relīzi, svarīgi katru faktu, katru uzrakstīto vārdu, uzvārdu, nosaukumu utt. precizēt, pārbaudīt līdz pat sīkumam. Nav pieļaujams, ka ziņu relīzē tiek sniegta neprecīza, līdz galam nepārbaudīta informācija.

prasībām atbilstošs noformējums

Tā kā masu mediji saņem ļoti daudz ziņu relīžu un līdz ar to visas nespēj izlasīt un izmantot, svarīgas ir pirmās sekundes, ko žurnālists velta saņemtajai ziņai. Lai šajās sekundēs tiktu pamanīta ziņas galvenā doma, svarīgi ziņu relīzi noformēt tā, lai tā būtu viegli uztverama. Te palīdzēs gan ieteikumi ziņu struktūras izveidei, gan tehniskajam noformējumam.

labs stils, gramatiski pareizi uzrakstīta

Lai nerastos situācija, kad masu mediji saņem sliktā stilā un gramatiski kļūdaini uzrakstītu ziņu relīzi, uzrakstīto ziņu vajadzētu iedot pārlasīt kolēģim. Protams, pamatnosacījums ir paša rakstītāja kompetence valodas pareizrakstības jautājumos. Gramatiski kļūdaini uzrakstīta ziņu relīze var radīt iespaidu, ka rakstītājam ir bijusi pavisma attieksme ne tikai pret valodu, bet arī pret ziņā sniegtajiem faktiem un žurnālists nevar tiem droši ticēt.

Tehniskais noformējums

Lai ziņu relīzes pamatdoma būtu uztverama pirmajās sekundēs, svarīgi tās noformēšanā ievērot vairākus būtiskus pamatnosacījumus:

lietojiet veidlapu

Veidlapa palīdz atpazīt ziņas sūtītāju. Atkarībā no tā, kādu priekšstatu esat par sevi radījuši, šis fakts nostrādā jums par labu vai sliktu. Ja būsiet radījuši iespaidu, ka no jūsu organizācijas sūtītās ziņas ir vērtīgas, žurnālists jūsu ziņām pievērsīs lielāku uzmanību.

vēlamais garums - viena A4 formāta lappuse

Ziņu relīzē jāiekļauj tikai būtiskākā informācija, tajā nav jāraksta ļoti detalizēta informācija. Ziņu relīzes pamatbūtība - ieinteresēt žurnālistu. Ja tas būs izdevies, žurnālists sazināsies ar jums, lai iegūtu plašāku informāciju. Ietīti 1 atstarpe starp rindām un 1,5 atstarpe starp rindkopām. Atstarpe starp rindām padara tekstu vieglāk uztveramu.

izmantojiet bieži lietotus burtu fontus

Tādi bieži lietoti burtu fonti, kā, piemēram, Arial, Times New Roman, Tahoma, pirmkārt, padarīs ziņu viegli uztveramu un, otrkārt, atvieglēs teksta ievietošanu internetā. Pamattekstam parasti izmanto 12 punktu lieluma burtus.

sadaliet stāstījumu rindkopās

Katru jaunu domu sāciet jaunā rindkopā. Centieties nerakstīt garas rindkopas - domu formulējiet pēc iespējas īsāk. Dažkārt tiek ieteikts rindkopas sākumā nelikt atkāpi (Izvēlieties variantu, kas jums šķiet pieņemamāks!).

skaitļus no viens līdz deviņi rakstiet ar vārdiem

Tā kā bieži neskaidrības rada nepareizi ielikts vai neielikts punkts aiz skaitļa vārdiem, ir ieteikums minētos skaitļa vārdus rakstīt ar vārdiem.

pirmoreiz pieminot personas, rakstiet pilnu vārdu, uzvārdu, amata nosaukumu

Arī tad, ja domājat, ka pieminētā persona ir visiem zināma, rakstiet pilnu vārdu, uzvārdu, kā arī miniet amatu, lai nerastos pārpratumi. Nepilnīga informācija var būt par iemeslu, kāpēc jūsu vēstījums neizskan audio un audiovizuālajos masu medijos. Tā, piemēram, radio nevar pārraidīt ziņu „J.Kalniņš...”.

Norādiet cilvēka, amatpersonas vārdu, uzvārdu bez „kungs” un „kundze”.

nelietojiet tikai nosaukumu saīsinājumus, saliktu nosaukumu saīsinājumu (abreviatūru) lietošana var radīt pārpratumus, tāpēc, pirmo reizi pieminot kādu organizāciju, rakstiet pilnu tās nosaukumu un aiz tā iekavās dodiet saīsinājumu. Tālāk tekstā varat droši saīsinājumu lietot.

Kas jāievēro, rakstot preses relīzi

1. Datums ir jānorāda preses relīzes sākumā.

2. Virsraksts, kas piesaista uzmanību un īsi pasaka būtiskāko no jūsu vēstījuma

Piemēram, Ministri izvēlas “Tele2”

Nevis – “Tele2” noslēdz līgumu ar Valsts kanceleju par mobilo pakalpojumu sniegšanu valdībai.

3. Ievads, kas paplašina jeb “atsifrē” virsrakstu

Piemēram, “Tele2” šodien parakstīja līgumu ar Valsts kanceleju par mobilo pakalpojumu sniegšanu valdībai, tādejādi spējot piedāvāt valdībai visizdevīgākos nosacījumus.

4. Fakti, kas apliecina virsraksta un ievada apgalvojumus.

Piemēram, “Tele2” īpaši šim konkursam izstrādātais mobilo sakaru piedāvājums iekļauj ... Valstij šis pakalpojums izmaksās par 15% mazāk nekā jebkuram citam “Tele2” klientam, jo līguma apjoms un termiņš ļauj “Tele2” būtiski samazināt cenu par mobilajiem sakariem. Līguma kopējā summa ... iekļauj ...

6. Fona informācija par preses ziņojumā pieminētajiem uzņēmumiem, institūcijām, kā arī kontakti.

7. Kontakti, ar ko sazināties jautājumu gadījumā, jānorāda preses relīzes beigās. Šajā sadaļā parasti tiek norādīts personas vārds un uzvārds, uzņēmums, telefona numurs, e-pasts un mājaslapa, ja tāda ir.

JĀ	NĒ
Presesrelīzei jābūt maksimāli koncentrētai, kodolīgai.	Jācenšasuzrakstīt vairākas žurnālistikas izmaksas.
Presesrelīzē jāiekļauj trāpīgi uzņēmuma pārstāvju vai jomā ekspertu citāti.	Preses relīzē citāti jāizmanto mediju izdevumos.
Preses relīzes ievadā jāiekļauj daži skaitļi, kas visprecīzāk pamato ziņas galvenovēstījumu.	Relīzē jābūt iespējamiem faktiem un datiem, kas nodrošina informāciju izskaidrojumam.
Preses relīzē jābūt atbilstošam saturam (par IT lietām – tehnoloģijām medijiem un žurnālistiem tml.).	Preses relīzē jābūt vienmērīgam un nevar būt jūsu vēstījumu varietā.
Preses relīzes noformējumam jāpievērš adekvāta uzmanība, – tā nav jāveido maksimāli izskaistināta, taču pavirša attiecīgie teksti, izvietojumi, gramatika un logo radīšana, iespaidu par jūsu uzņēmumu.	Preses relīzes noformējumam jābūt profesionālam, žurnālisti taču izmanto relīzes jāsnoformē, lai žurnālisti atņemtu nepieciešamās informācijas marketinga vēstījumi.