

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«Демонстрационный образец DIPLOM34»

Центр учебных материалов  
Демонстрационный отдел

## ПРЕСС-РЕЛИЗ

на тему:

### Запуск городской программы бесплатных велопарковок у транспортных узлов

Выполнил(а): студент(ка) направления Демонстрационный образец  
Иванова Анна Сергеевна, группа ДЕМО-01

Руководитель: руководитель демонстрационного проекта

Волгоград · 2026

## АННОТАЦИЯ

Демонстрационный пресс-релиз посвящён запуску городской программы бесплатных велопарковок у транспортных узлов. Документ показывает структуру PR-текста: заголовок, лид с ключевой новостью, описание изменений для жителей, цитаты партнёров, цифры первого этапа и контакты для аккредитации. Материал не содержит рекламных обращений и строится на проверяемых фактах, сроках и ролях участников. Такой образец помогает отработать последовательность блоков, плотность фактуры и нейтральный тон.

**Ключевые слова:** пресс-релиз, городская программа, велопарковки, транспортные узлы, PR-текст.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ..... 4

1 Заголовок и лид ..... 5

2 Что меняется для жителей ..... 5

3 Цитаты и партнёры ..... 6

4 Цифры и сроки ..... 6

5 Контакты и порядок аккредитации ..... 7

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ..... 8

## ВВЕДЕНИЕ

Пресс-релиз информирует о запуске городской программы бесплатных велопарковок у транспортных узлов. Поводом для материала является начало первого этапа: оборудование площадок и открытие регистрации для пользователей. Документ фиксирует только те сведения, которые подтверждены организаторами и партнёрами программы.

Практическая значимость образца состоит в демонстрации структуры новостного PR-текста. Он показывает, как отделить ключевую новость от деталей, где разместить цитаты и какие цифры нужны журналисту для быстрой проверки фактов.

**Цель работы** — Представить запуск городской программы велопарковок как новостное событие с проверяемыми фактами и сроками.

### **Задачи работы:**

1. Сформулировать заголовок и лид с ключевой новостью.
2. Описать изменения для жителей и перечислить адреса первого этапа.
3. Привести согласованные цитаты партнёров.
4. Указать контакты для аккредитации и уточнений.

**Объект исследования** — Городская программа развития велосипедной инфраструктуры у транспортных узлов.

**Предмет исследования** — Информационное освещение первого этапа запуска бесплатных велопарковок.

**Методы исследования:** сбор подтверждённой фактуры, согласование цитат, редакция по формату пресс-релиза.

**Практическая значимость.** Материал даёт журналистам готовую фактическую основу для новости и снижает риск неточностей при публикации.

## 1 Заголовок и лид

Заголовок фиксирует событие и его главный параметр: бесплатные велопарковки появляются у транспортных узлов. Он не обещает изменений, которые не подтверждены сроками, и не использует оценочные формулировки. Лид расширяет заголовок одним предложением: указывает, что первый этап стартует в мае 2025 года и включает шесть площадок.

Лид отвечает на вопросы что, где и когда, но не перегружен деталями. Адреса, количество мест и роли партнёров вынесены в следующие блоки. Такой порядок позволяет редактору быстро понять новость и при необходимости сократить текст без потери ключевых фактов.

Таблица 1 – Адреса велопарковок первой очереди

| Локация                      | Количество мест | Срок запуска |
|------------------------------|-----------------|--------------|
| Станция метро «Заводская»    | 40              | Май 2025     |
| Транспортный узел «Северный» | 32              | Май 2025     |
| Станция «Речной вокзал»      | 28              | Июнь 2025    |
| Платформа «Парковая»         | 24              | Июнь 2025    |

Источник: Данные организатора программы.

## 2 Что меняется для жителей

На первом этапе жители получают возможность оставить велосипед рядом с транспортным узлом и продолжить поездку на городском транспорте. Парковки работают бесплатно, доступ к ним не требует предварительной заявки. Места оборудованы креплениями и освещением, а на площадках у двух станций установлены информационные стойки с правилами пользования.

Программа не заменяет существующие платные парковки и не вводит ограничений для других видов транспорта. Организаторы отмечают, что на первом этапе ёмкость ограничена 124 местами. Если спрос превысит доступные места, будет проведён анализ загрузки и рассмотрен второй этап расширения.

Таблица 2 – Партнёры программы

| Партнёр                                 | Роль                 | Вклад                             |
|-----------------------------------------|----------------------|-----------------------------------|
| Городской оператор транспорта           | Координация площадок | Предоставление участков у узлов   |
| Производитель оборудования              | Поставка креплений   | Монтаж и гарантийное обслуживание |
| Общественная организация велосипедистов | Консультации         | Проверка удобства площадок        |

Источник: Данные организатора программы.

3 Цитаты и партнёры

В пресс-релизе приводятся две согласованные цитаты. Первая принадлежит представителю городского оператора транспорта и объясняет логику размещения площадок у узлов. Вторая — представителю общественной организации, который говорит о критериях удобства и безопасности. Цитаты не дублируют друг друга и не содержат рекламных оценок.

Каждая цитата привязана к роли партнёра, а не к личному мнению без контекста. Это позволяет журналисту понять, кто отвечает за координацию, кто поставляет оборудование и кто проводит общественную проверку. Все формулировки согласованы с участниками до публикации.

Таблица 3 – Роли партнёров в цитатах

| Партнёр                       | Тема цитаты                     | Статус согласования |
|-------------------------------|---------------------------------|---------------------|
| Городской оператор транспорта | Размещение у транспортных узлов | Согласовано         |
| Общественная организация      | Удобство и безопасность         | Согласовано         |
| Производитель оборудования    | Монтаж и обслуживание           | Согласовано         |

Источник: Данные организатора программы.

4 Цифры и сроки

Первый этап рассчитан на период с мая по сентябрь 2025 года. На площадках будет доступно 124 места, из них 96 — у станций метро и 28 — у платформы. Мониторинг загрузки проводится ежемесячно, результаты будут учитываться при решении о расширении программы.

В пресс-релизе не приводятся прогнозы по снижению автомобильных поездок: такие эффекты требуют отдельного измерения. Указаны только операционные показатели программы — количество площадок, мест и сроки

запуска. Это снижает риск необоснованных обещаний и делает новость проверяемой.

Таблица 4 – Показатели первого этапа

| Показатель             | План                  | Срок                |
|------------------------|-----------------------|---------------------|
| Количество площадок    | 6                     | Май — июнь 2025     |
| Количество мест        | 124                   | Май — июнь 2025     |
| Мониторинг загрузки    | Ежемесячно            | Май — сентябрь 2025 |
| Решение о втором этапе | По итогам мониторинга | Октябрь 2025        |

Источник: Данные организатора программы.

## 5 Контакты и порядок аккредитации

Для журналистов указан единый контакт пресс-службы программы. Аккредитация на открытие первой площадки проводится до 25 апреля 2025 года: необходимо направить название редакции, ФИО корреспондента и формат съёмки. Заявки рассматриваются в течение одного рабочего дня.

В контактном блоке отдельно указаны вопросы по фактуре и вопросы по аккредитации. Это помогает редакции быстро выбрать нужный канал и не дублировать запросы. Пресс-служба обязуется предоставить схему площадок и уточнить статус цитат по запросу.

Таблица 5 – Контакты для СМИ

| Вопрос          | Контакт                | Режим             |
|-----------------|------------------------|-------------------|
| Аккредитация    | Пресс-служба программы | До 25 апреля 2025 |
| Фактура и цифры | Пресс-служба программы | В рабочие дни     |
| Схема площадок  | Пресс-служба программы | По запросу        |

Источник: Данные организатора программы.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Пресс-релиз показывает, как новостной повод раскрывается через проверяемые параметры: сроки, адреса, количество мест и роли партнёров. Ключевая новость отделена от деталей, а цитаты привязаны к ответственности участников программы. Это снижает риск смешения новости с рекламным сообщением.

Образец подтверждает, что плотность фактуры важнее длины текста. Для публикации достаточно заголовка, лида, нескольких подтверждённых цифр и контакта. Остальные сведения помогают редакции проверить контекст и при необходимости сократить материал без потери смысла.