

Алатки за комуницирање со јавноста

д-р Јасмина Миронски

Што е вест за медиумите

Секое информирање за некој настан е всушност информација, но не секоја информација е вест за објавување.

- Обидете се тоа што сакате да им го кажете на медиумите да биде атрактивно, интересно и да има содржина.
- Неспорно е дека новинарите ги интересира веста – но внимавајте – не каква било вест!

Што им е потребно на медиумите



- Навремена информација
- Релевантност за нивната публика
- Приказни што будат „човечко интересирање“
- Конфронтација, драма
- Славни лица
- Уникатност
- Точност



Алатки за комуникација со медиумите

- Соопштение за медиуми
- Прес-конференција
- Брифинзи
- Прес -тури
- Интервјуа
- Гостувања во електронските медиуми
- Прес материјали (press-kits)



Алатки за определување на целта

За да се појавите како главна вест:

- Конференции за печат
- Медиумски настан
- Соопштение за печат

За да добиете продлабочени прилози:

- Брифинзи
- Посета за новинари
- Убедувачки писма

Алатки за определување на целта

- За градење однос со целната група (публика)



- Интервјуа
- Медиумски настани
- Посета за новинари



Доброто соопштение користи

- факти
- цитати
- статистички податоци

Соопштението може да:

- Најавува настани
- Информира за почеток или крај на некоја кампања, проект или програма
- Промовира резултати од некоја анкета или истражување
- Обезбедува информации за се друго што смета дека јавноста треба да го знае

Пишување на соопштение

- Треба да знаеме за **ШТО** се зборува
- **КОЈ** е субјектот на приказната
- **КОГА** нешто се случува (датум, ден , час)
- **ЗОШТО** е тоа што се случува значајно
- Локацијата и упатството **КАДЕ** и **КАКО** може да се стигне треба да бидат наведени

Структура на соопштението

Најважното се соопштува прво без разлика дали последно се случило или допрва треба да се случи

„Глава“ – најважните факти како одговор на прашањата –

Кој ? Кога? Што? Каде? Зошто? Како?

Прес-конференции

- Организиран настан, со присуство на ваши и претставници на медиумите
- Добра причина за закажување прес-конференција.....

Како организираме прес - конференција

Пред да ја организираме треба да одлучиме:

- 1. Кој ќе зборува**
- 2. Што ќе каже**
- 3. Колку ќе трае**



На што треба да мислиме

1. Доколку е потребно - да се обезбеди превод
2. Да подготвиме соопштение
3. Да подготвиме дополнителни материјали
4. Да направиме листа на новинари

Треба да провериме

- Како сме логистички и технички организирани
- Дали имаме соодветна просторија
- Дали озвучувањето работи добро
- Дали има доволно прклучоци за камерите
- Дали имаме добра заднина



Прашања/совети

- Не избегнувајте да одговарате на прашања
- Не велете „не знам“
- Што ако е прашањето надвор од темата?
- Ако ви постават три прашања оддеднаш!
- Ако сакаат да дебатираат со вас!
- Ако прашува само еден новинар!



Брифинг

- Неформална, но официјална комуникација со новинарите
- Редовни брифинзи (еднаш месечно, еднаш неделно)
- Брифинзи по потреба
- Не се покануваат сите новинари,
најчесто од 6 до 12



За време на брифингот

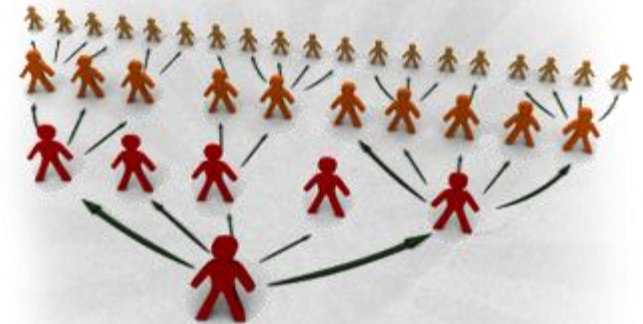
- Претставете се и запознајте се меѓусебно
- Понудете кафе, чај или безалкохолни пијалоци
- Секому дајте му шанса да зборува
- Одржувајте контакти со новинарите и по брифингот

ПИСМО ДО УРЕДНИКОТ

- Кога го праќаме?
- Користете го **АПИП форматот** – секогаш ќе помогне (ангажирај, предложи, илустрирај, повикај на акција),

Посета на новинари

- Направете список на медиумските куќи што сакате да ги поканите
- Определете кој ќе биде вклучен во настанот
- Одберете фокус на „приказната“
- Обезбедете превоз и освежување
- Подгответе дополнителни информации



Посета на новинари

- Имајте предвид дека на новинарите им треба одговор на прашањето - **Зошто да се сретнам со Вашата институција?**
- Планирајте го времето
- Бидете искрени и не бегајте од разговор за проблемите

Медиумски настан

- Прослави
- Отворање нови објекти
- Најава за почнување на некој нов проект
- Претставување на резултатите од некоја програма
- Настан за прибирање донации
- Спонзорирање на некој локален настан



За успешен медиумски настан потребно е:

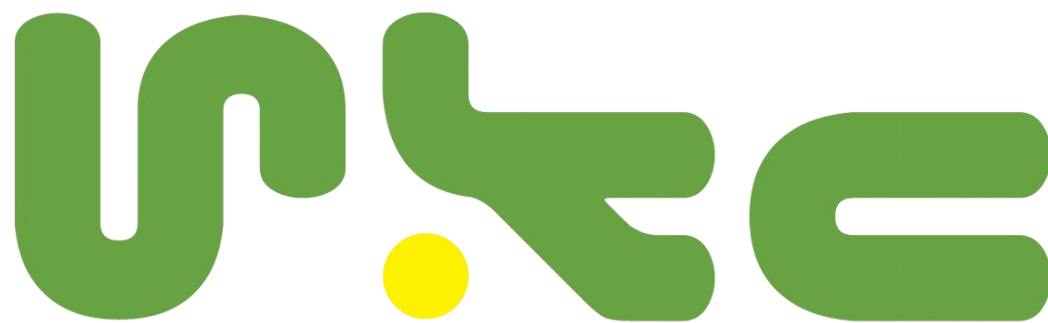
- добар говорник
- **место кое што ќе ја одсликува пораката**
- интересна тема
- вистинското време (од 10 до 12 часот)

Настанот се најавува 5 до 7 работни дена однапред со соопштение,
а се јавува ден однапред за подсетување.

Листа за проверка на прес-пакетот

- Соопштение или изјава и конаткт
- Листа со факти (темата)
- Цитати, коментари, став на лобисти
- Исечоци од весници во врска со темата
- Табли, фотографии, графикони
- Кратки биографии на главните говорници

И Н С Т И Т У Т



ЗА КОМУНИКАЦИСКИ СТУДИИ