



ГРОМАДСЬКІ ІНІЦІАТИВИ ТА ВЗАЄМОДІЯ ЗІ ЗМІ

Травень, 2014 р.

Де «живуть» журналісти?

? В редакціях та ньюз-румах. Як дізнатися контакти? Просто підійди до кіоску преси та скажи: «Дайте, будь ласка, мені всі місцеві видання!» У вихідних даних є адреси, телефони, і-мейли.

? Місцеві радіо- та телередакції також повідомляють про свої контакти.
Дивись і слухай!



ЯК СПОВІСТИТИ ПРО СВОЮ ПОДІЮ ЖУРНАЛІСТА?

? За мірою ефективності:

1. Надіслати прес-реліз.
2. Подзвонити в редакцію.
3. Прийти в редакцію і домовитися з журналістом.
4. Надіслати прес-реліз і подзвонити пересвідчитися, що його отримали.
5. Прийти в редакцію з прес-релізом та домовитися з журналістом.



Важливо!

- ? Перш ніж домовлятися про співпрацю з тим чи іншим ЗМІ, зрозумійте специфіку цього ЗМІ:
 - Яким темам надається перевага?
 - Яка аудиторія?
 - Який стиль подачі матеріалів?



ПРЕС-АНОНС, ПРЕС-РЕЛІЗ... ЧИМ ТВОЯ ПОДІЯ УНІКАЛЬНА?

- ? Поки ти сам не зрозумієш, чим унікальна, незвичайна, нестандартна твоя подія, нею не зацікавиться ніхто. Для ЗМІ головне – аудиторія, користь інформації для громади. Подумай, що надзвичайного й корисного ти можеш дати читачеві й громадянину водночас. Дай відповідь на запитання: «Навіщо громаді знати про твою подію?». І відповідь на це запитання зроби головною думкою свого прес-релізу.



КЛАСИЧНИЙ (І НЕЦІКАВИЙ) ФОРМАТ ПРЕС-АНОНСУ (РЕЛІЗУ)

- ? Параграф 1: Повідомлення типу «Там-то тоді-то відбудеться те-то»
- ? Параграф 2: Цитата про те, як хтось щасливий, що ця подія відбудеться, та який він натхненний нею
- ? Параграф 3: Ще одна цитата та фінальна заява типу: «Тепер у нас все буде добре!»



ПРЕС-РЕЛІЗ, У ЯКОГО Є ШАНСИ БУТИ ПРОЧИТАНИМ І СПРИЙНЯТИМ

- ? Основне повідомлення – в заголовок!
- ? Не треба ніяких цитат. Тільки промовисті факти.
- ? Реліз має сприйматися легко та швидко: короткі абзаци, підзаголовки, списки, таблиці.
- ? Пишіть цікаво й доступно для всіх мовою.
- ? Повідомлення про те, що, де та коли відбудеться має «кидатися» в очі.
- ? Акцентуйте тільки на своїх сильних сторонах.
- ? Оформляйте реліз візуально.
- ? Вказуйте свою повну контактну інформацію.
- ? Вам це читати цікаво? Тоді у вас є всі шанси



ПРЕС-РЕЛІЗ, ЯКИЙ РОЗДАВАТИМЕТЬСЯ НА САМІЙ ПОДІЇ

- ? Мета цього релізу – не «заманити» журналіста, а полегшити йому життя під час роботи на події та подальшому написанні матеріалу. Дайте максимум інформації, фактів, повністю імена всіх гостей з їхніми посадами, цифри, статистику тощо. Залишіть свої контакти.



ЗАБОРОНЕНА ФРАЗА!

? А можна я перед друком прочитаю матеріал?!



ЧИТАЧ БУДЕ ЩАСЛИВИЙ, ЯКЩО ВИ ЗРОБИТЕ ВСЕ ДЛЯ ТОГО, ЩОБ ВІН ПРО ВАШУ ЦІКАВУ (!) ПОДІЮ ДІЗНАВСЯ!

? Не «зіпсуйте» свій захід ще до його початку! Те, що варте уваги громади, має бути в ЗМІ. Подбайте про те, щоб ваша корисна й цікава подія не залишилася непоміченою.

