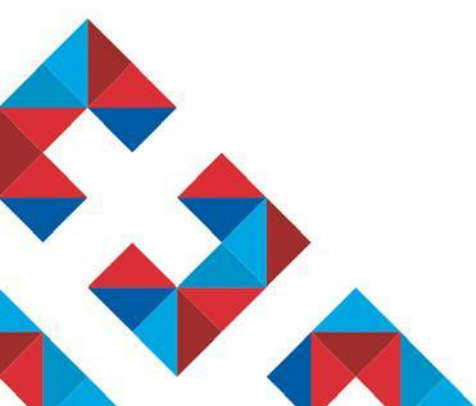


Erasmus+

Ako pracovať s médiami



Erasmus+ Ako pracovať s médiami

Medzinárodné aktivity, obzvlášť tie, ktorých sa zúčastňujú mladí ľudia, môžu poskytovať zaujímavé príbehy pre médiá a program Erasmus+ ponúka v tejto oblasti mnoho príležitostí. Či už ste členom európskeho partnerstva alebo príjemcom financovania medzinárodnej mobility v rámci programu Erasmus+, prezentujte svoju skvelú prácu vašej komunite alebo svojim vrstovníkom! Máte vynikajúci predpoklad na zabezpečenie prezentovania svojich aktivít v miestnych, regionálnych alebo národných médiách. Tento informačný materiál má za cieľ pomôcť vám, aby ste to zrealizovali.

Prečo využívať médiá?

Mediálne pokrytie vo vašich miestnych novinách, v miestnom rozhlase, televíznej stanici alebo časopise, ktorý čítajú odborníci z vášho sektora, vám umožňuje zdieľať svoje úspechy širšiemu publiku a zaistiť vašej organizácii dobrú publicitu. Propagácia programu Erasmus+ v médiách zvyšuje povedomie o samotnom programe medzi podobnými organizáciami, ktoré takto môžu tiež zužitkovať výsledky medzinárodnej spolupráce. Proaktívny prístup k médiám využitím tlačových správ taktiež pomáha zaistiť, aby sa vaša kľúčová informácia – to, čo chcete skutočne povedať o projekte – dostala do mediálneho pokrytia. Písanie tlačových správ je dobrým spôsobom, ako si precvičiť prípravu informácií o projekte pre diseminačný nástroj a započítava sa do zoznamu diseminačných aktivít, ktoré zahrniete do záverečnej správy.

Kto vám môže ešte pomôcť?

Nevyužívajte iba miestne médiá. Vaši miestni poslanci, ako aj členovia Európskeho parlamentu tiež prejavujú záujem o úspešné príbehy vo svojom volebnom obvode. Mali by ste zvážiť zaslanie vašich tlačových správ do ich kancelárií ako súčasť šírenia výsledkov projektovej spolupráce.

Vydanie tlačovej správy

Najlepším spôsobom, ako informovať médiá o vašom projekte financovanom z programu Erasmus+, je vydanie tlačovej správy. Vytvorili sme pre vás vzor, ktorý môžete upraviť tak, aby ste ho mohli následne použiť a predstaviť svoj projekt.

Novinári sú ako vy – vždy musia splniť príliš veľa vecí za príliš krátky čas. Ak im môžete poslať tlačovú správu, ktorú budú musieť upravovať len minimálne, ktorá im poskytne dostatok údajov, ktoré potrebujú, budú radi, ak sa im ozvete. Takisto to znamená, že mediálne pokrytie, ktoré získate, bude obsahovať presne tú informáciu a príbeh, ktorý chcete podať ďalej.

Obsah, ktorý je prepojený s úspešnými príbehmi jednotlivcov alebo skupín, bude pravdepodobne najatraktívnejší a odporúčame vám, aby ste sa snažili poskytnúť aj fotografiu vášho projektového tímu alebo účastníkov projektu, kedykoľvek je to možné. Uistite sa, že máte súhlas od všetkých, ktorí sú na fotografii, ako aj povolenie rodičov, ak ide o deti mladšie ako 18 rokov. Môžete si pozrieť príbehy, ktoré máme na našej webovej stránke: <http://erasmusplus.sk/index.php?sw=1095>, tie vám môžu slúžiť ako motivácia. Príbehy sú príťažlivé pre médiá alebo sociálne siete.

Kedy vydať tlačovú správu

Tlačové správy sa najlepšie pripravujú, keď v nich opisujete kľúčové momenty projektovej spolupráce. Môže to byť na začiatku projektu, keď ste podpísali zmluvu s národnou agentúrou, pred alebo po mobilite, keď organizujete stretnutie partnerov alebo pri úspešnom ukončení projektu. Všetky tieto momenty poskytujú materiál na dobrý príbeh pre miestne médiá, obzvlášť ak sú prepojené s osobnými dosiahnutými výsledkami alebo konkrétnymi benefitmi pre vašu organizáciu, zamestnancov a učiacich sa.

Kontaktovanie médií

Keď ste pripravili tlačovú správu, bude potrebné kontaktovať relevantných novinárov. V prípade, že budete kontaktovať miestne médiá, snažte sa obrátiť na redaktora, o ktorom viete, že sa zaoberá danou problematikou (vzdelávanie a odborná príprava, mládež) a, samozrejme, aj centrálnu redakciu. Pamätajte si, že televízia sa bude zaujímať o váš príbeh, iba ak obsahuje vizuálne stimulujúcu aktivitu, ktorú môže zachytiť. Nezabúdajte aj na internet – aj vaše miestne noviny majú webovú stránku, na ktorej tiež môžete umiestniť video.

Nezabudnite taktiež popremýšľať o kontaktovaní komunitných médií a miestnych webových stránok a blogov, ktoré sa nachádzajú mimo novín. Váš príbeh je relevantný pre kohokoľvek, kto sa zaujíma o miestne dianie, takže snažte sa rozšíriť správy tam, kde je to možné.

Musíte byť schopní zhrnúť svoj príbeh do 30 sekúnd, takže si pripravte stručný prehľad pred tým, ako budete kontaktovať médiá. Ak zatelefonujete ako prví, vypýtajte si najskôr ich emailovú adresu, kam im zašlete informácie, ako aj tlačovú správu. Ak chcete, zatelefonujte im na druhý deň (alebo neskôr v ten istý deň) a overte si, či im bola doručená vaša správa. Zistite, či potrebujú ďalšie informácie a sú ochotní/schopní vyslať novinára na vaše podujatie. Zvyčajne vás budú informovať, či je pravdepodobné, aby niekoho poslali.

Novinári potrebujú správy a potrebujú hlavne čerstvé správy. Ak chcete propagovať podujatie alebo stretnutie, snažte sa ich informovať v časovom predstihu. Ak chcete, aby novinári navštívili vaše podujatie, zašlite im tlačovú správu najmenej týždeň vopred.

V prípade, že zasielate tlačovú správu a fotografie po podujatí, urobte tak čo najskôr, keď je to stále aktuálne. Zistite si, kedy majú médiá termíny uzávierky, aby ste dosiahli žiadaný výsledok a dodali im všetko načas.

Propagácia podujatia

Počas podujatia

Ak pozývate novinárov na podujatie, zabezpečte niekoho, kto sa bude o nich starať, kto môže odpovedať na ich otázky a taktiež zabezpečte, aby sa porozprávali s entuziastickými účastníkmi, ktorí sú vopred pripravení, aby zodpovedali ich otázky (pozrite časť *Rozhovory nižšie*).

Fotografie

Fotografie, ktoré majú dobrú kvalitu a vysoké rozlíšenie, na ktorých je zachytená zaujímavá aktivita, sú dobrým predpokladom na zaistenie reportáže v printovej alebo elektronickej forme. Zabezpečte kvalitného fotografa, ktorý bude fotiť počas podujatia, ktoré má potenciál byť prezentované v médiách. Fotografie potom môžete zaslať do miestnej tlače (v prípade, že novinári nie sú schopní poslať na podujatie svojho fotografa). Inštruujte fotografa, aby zachytil zaujímavé momenty počas aktivity, nie iba zástup ľudí v oblekoch.

Uistite sa, že máte príslušný súhlas od rodičov detí mladších ako 18 rokov, ako aj súhlas od každého účastníka s použitím fotografií, na ktorých sa nachádzajú, ako aj s vyjadreniami pre médiá. V prípade, že médiá používajú vaše fotografie, môžu tiež požadovať ku každej fotke informáciu, kto je na fotke.

Rozhovory

Pripravte hovorcov, ktorí budú poskytovať rozhovory, ktoré sa môžu uskutočniť buď počas podujatia, ktoré novinári navštívia, alebo telefonicky.

Keď robíte rozhovor, premyslite si, čo sa chystáte povedať a akým spôsobom sa môžu vaše kľúčové myšlienky dostať k čo najširšej cieľovej skupine. Uvedomte si, kto bude cieľová skupina – nie všetci budú experti alebo budú poznať vašu organizáciu, sektor vzdelávania, odbornej prípravy alebo mládeže, takže sa nesnažte používať skratky alebo žargón. Snažte sa vždy odkázať na webovú stránku program Erasmus+ a národnú agentúru, aby si ľudia vedeli nájsť viac informácií: www.erasmusplus.sk.

Vyberte aj ďalších hovorcov, ktorí boli zapojení do realizácie aktivít (napr. učiteľov, mládežníkov, rodičov atď.) a zabezpečte, aby boli pripravení jasne a zrozumiteľne odpovedať na otázky týkajúce sa ich skúseností.

Najlepšie tipy

Ponúkame vám prehľad najlepších tipov na zamyslenie, ktoré vám môžu pomôcť pri získaní maximálneho dopadu, keď budete písať alebo posilať svoju tlačovú správu.

- 1. Kto, čo, kde, kedy?** Novinárom záleží na tom, aby mali k dispozícii všetky fakty, takže sa snažte pokryť všetky kľúčové detaily týkajúce sa vášho projektu, aj v prípade, že vyzerajú jednoducho.
- 2. Obrázok môže mať výpovednú hodnotu tisícky slov** – fotografie zvyšujú váš vizuálny dopad a pomáhajú vám vyrozprávať príbeh. Je dôležité, aby ste uviedli aj mená účastníkov, ktorí sú zobrazení na fotografii (a taktiež sa uistite, že je podpísaný

súhlas na použitie fotografií). Priložte aj jpeg/png verziu fotografie, aby mohli editori jednoducho upraviť návrh tlačovej správy.

- 3. Zvoľte načasovanie svojho príspevku.** Vynasnažte sa zaslať svoju správu začiatkom týždňa, pretože to je čas, keď sa redaktori stretávajú, aby prediskutovali obsah týždňa. Pondelok ráno je ideálny čas na zaslanie príspevku. Zabudnite na piatkové poobedie, vyhnite sa tým situácii, že sa na vašu správu zabudne. Majte na mysli, že redakcie majú veľa práce, nezabudnite po zaslaní svojej správy aj zatelefonovať a uistiť sa, že ju dostali.
- 4. Najlepší spôsob ako zaslať správu.** Čím jednoduchším a jasnejším spôsobom sa dajú vaša správa a fotografie získať, tým lepšie. Ak zasielate svoju správu cez email, pošlite to na email centrálnej redakcie. Ak poznáte konkrétne meno novinára, ktorý sa zaoberá vašou špecifickou oblasťou, zadajte aj jeho email. Popri zaslaní správy v prílohe vo Worde môžete tiež nakopírovať text do tela emailu, aby novinár mohol hneď vidieť váš príbeh, len čo príde do jeho emailovej schránky.
- 5. Poslanci a miestne samosprávy.** To, že o vašej tlačovej správe budete informovať aj vášho miestneho poslanca, pomôže zvýšiť profil vášho projektu, ale taktiež ho informujete, akým spôsobom sa využívajú finančné zdroje vo volebnom odvode a poslanci zároveň môžu využiť tieto príklady dobrej praxe vo svojej práci v parlamente.

Ak sa vám podarí uviesť vašu správu o projekte - aktivite v rámci programu, dajte nám, prosím, vedieť! A tak, ako informujete médiá o priebehu svojej práce na projekte alebo po jeho ukončení, tak môžete informovať aj nás a my môžeme spropagovať vašu prácu na našej webovej stránke, facebookovom profile, alebo v E+ newsletteri a eBulletin.

Právne upozornenie

Informácie v tejto príručke nenahrádzajú odborné poradenstvo. Hlavným cieľom príručky je poskytnúť základnú informáciu o problematike. Národná autorita Spojeného kráľovstva, ani britská národná agentúra The Erasmus+ UK National Agency, alebo akákoľvek iná osoba konajúca v ich mene, nezodpovedá za využitie tohto materiálu, ako aj informácií, ktoré sú obsiahnuté v príručke Ako pracovať s médiami (Press pack). V prípade, že chcete využiť materiály v príručke, vyjadrujete súhlas s tým, že oboznámite používateľov s faktom, že materiály boli vyvinuté Národnou agentúrou pre program Erasmus+ v Spojenom kráľovstve.