

Kako napisati obaveštenje za medije

Adresar medija - da biste znali kome da pošaljete obaveštenje, morate imati kontakte medija. Saopštenja možete slati i faksom, mada je mnogo praktičnije da to uradite i mejlom. Ako nemate sopstveni adresar ili kontakte u medijima, potražite ih na sajtovima medijskih kuća ili putem profila na društvenim mrežama (koje još uvek nemaju sv i mediji).

Kojim medijima i novinarima slati obaveštenje?

Ovo zavisi od onoga što predstavljate u obaveštenju. Utvrdite prvo koji primaoci informacija su vaša ciljna grupa i onda izaberite medije koji dopiru do te grupe ljudi. To mogu biti nacionalni mediji, lokalni, specijalizovani... Razmislite i da li je vaše obaveštenje interesantno samo "dnevnim" medijima ili na primer i nedeljnim časopisima. Ako pošaljete u isto vreme obaveštenje i npr. dnevnim novinama i nedeljniku koji izlazi tek za 5-6 dana, možda će vaša vest za taj nedeljnik već biti bajata. Ako imate kontakte u medijima, poznajete novinare koji se bave upravo tim temama o kojima vi želite da ih obavestite, naznačite njihovo ime na obaveštenju. Ali obratite pažnju da imate tačne podatke. I novinari se vremenom smenjuju i deluje vrlo neprofesionalno da obaveštenje naslovite na nekoga ko više tu ne radi ili je sad na drugoj rubrici. Ako nemate dobre kontakte u medijima, obaveštenje pošaljite na desk-redakciju i oni će ga već proslediti odgovarajućoj osobi.

Rokovi za slanje obaveštenja - obratite pažnju na ove rokove. Nedeljni mediji npr. se finaliziraju i idu u štampu obično 2-3 dana pre izlaženja i ako vaše obaveštenje zakasni, za to izdanje, za sledeću nedelju će to već možda biti bajata vest.

Stavite datum - istaknite datum izdavanja obaveštenja kako bi bilo jasno da je vest aktuelna.

Naslov i sadržaj

Istaknite ono što je tom mediju zanimljivo - kako biste bili fer prema svim medijima, obaveštenje bi trebalo svima da pruža istu informaciju odnosno sve bitne sadržaje. Ali, prema potrebi, za neke medije možete malo menjati strukturu obaveštenja pa u prvi plan istaći ono što će im najviše privući pažnju. Na primer, ako u vašem obaveštenju postoji nešto što je od lokalnog karaktera, istaknite to bolje u primerku koji šaljete lokalnom mediju.

Razumljivost, konciznost - obaveštenje treba da pruža bitne informacije, da bude jasno i ne previše dugačko. Treba odmah da se vidi šta je tema tog obaveštenja (samo iz naslova "Obaveštenje za medije", to se ne vidi). Počnite od najbitnijih informacija a one nevažne izostavite ili, ako je baš potrebno, ostavite za kraj. Nemojte prenatrpavati obaveštenje nepotrebnim podacima i objašnjenjima. Time samo otežavate čitanje i razumevanje teksta i komplikujete novinarima život jer oni rade po kratkim rokovima i uglavnom nisu raspoloženi da čitaju vaše romane.

Citati - ako citirate neku osobu iz svoje organizacije/kompanije, neka to bude neki od viših funkcionera. To je za novinare i javnost mnogo interesantnije nego izjava potparola ili PR-a.

Fotografija - ako tema obaveštenja zavređuje dobru fotografiju, onda je i obezbedite. Mada, neki

[Dok tražite posao, mogu da vam pomognu:](#)

[Saveti](#)

[Kako sam našao posao](#)

[Poslodavac vas pita](#)

[O zanimanjima](#)

novinari će radije sami da fotografišu šta je potrebno nego da koriste fotografiju koja je poslata svim medijima.

Kontakt sa medijima

Konferencija za štampu - ako pozivate novinare na konferenciju, izbegnite ovu grešku u nazivu. Ne zovete valjda na konferenciju samo novinare iz štampanih medija? Konferenciju nemojte sazivati bez doborog razloga, odnosno ako sve što imate da kažete može lepo da stane i u jedno obaveštenje za novinare. I sebi i njima štedite i vreme i novac.

Ostavite svoje kontakt podatke - u slučaju da novinara zanimaju još neke dodatne informacije, ostavite svoje kontakt podatke kako bi Vas mogli kontaktirati. Naznačite koja je vaša funkcija/pozicija.

Nemojte pritiskati novinare - svaki medij ima svoju uređivačku politiku i na njima je da odluče da li će neku vest objaviti ili ne i kako će je obraditi. Deluje vrlo neprofesionalno kada PR posle slanja obaveštenja zove novinare da pita zašto obaveštenje nije objavljeno, insistira da se objavi ili traži da se novinski tekst objavi bukvalno kao prepisano obaveštenje.

Po pitanju forme, za pisanje obaveštenja uglavnom važe osnovna pravila pisanja formalnog pisma.

Dok tražite posao, mogu da vam pomognu:

[Saveti](#)

[Kako sam našao posao](#)

[Poslodavac vas pita](#)

[O zanimanjima](#)