Приклад розбору особливостей організації комунікацій зі ЗМІ:

Наприклад: (таблиця сформована за: див. :

1. Коник Д. Стратегічні комунікації : посібник для держслужбовців. Київ : б/в., 2016. 256 с.
2. Почепцов Г. Г. Стратегічні комунікації в політиці, бізнесі та державному управлінні : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2008. 216 с.
3. Голуб О. Ю. Коммуникации в кризисных ситуациях: модели интернет-присутствия <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikatsii-v-krizisnyh-situatsiyah-modeli-internet-prisutstviya>)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Робота з інформацією** | **Контактування зі ЗМІ**  **Медіарилешнз** | **Джерела інформації** |
| Постійне забезпечення нової інформації | Забезпечення доступу до інформації журналістів | Залучення перших осіб, керівників до взаємодії з пресою |
| Налагодження системних інтенсивних інформаційних потоків | Організація моніторингу традиційних та соціальних медіа | Залучення третіх сторін для представлення позитивної інформації |
| Подання достовірної інформації без довільних міркувань | Збільшення кількості брифінгів | Використання блогінгу |
| Висвітлення всіх причини та реального стану ситуації | Максимальне використання можливостей інтернету | Використання сайту організації |
| Інтерпретація інформації, що циркулює довкола ситуації |  |  |
| Комунікування відповідних емоцій (співчуття, турботу і т. д.) |  |  |