

# ЯК ПРАЦЮЮТЬ МЕДІА?



- Якісна публікація базується на події, яка створює «інформаційний привід» («інформпривід»).
- А це практично завжди – **КОНФЛІКТ (ПРОБЛЕМА)**.
- Серйозні медіа саме так і працюють: немає конфлікту – нема інформприводу – нема публікації.
- **ПРОБЛЕМ У ШКОЛІ ВИСТАЧАЄ: ЗАВЖДИ Є ІНФОРМПРИВОДИ – ЗАВЖДИ Є, ЩО ПОВІДОМИТИ.**
- Як зробити, щоб розв'язання шкільної проблеми не тільки допомагало дітям, а й покращило імідж школи?

**ЯКА КОРИСТЬ ВІД ПРОБЛЕМ?**

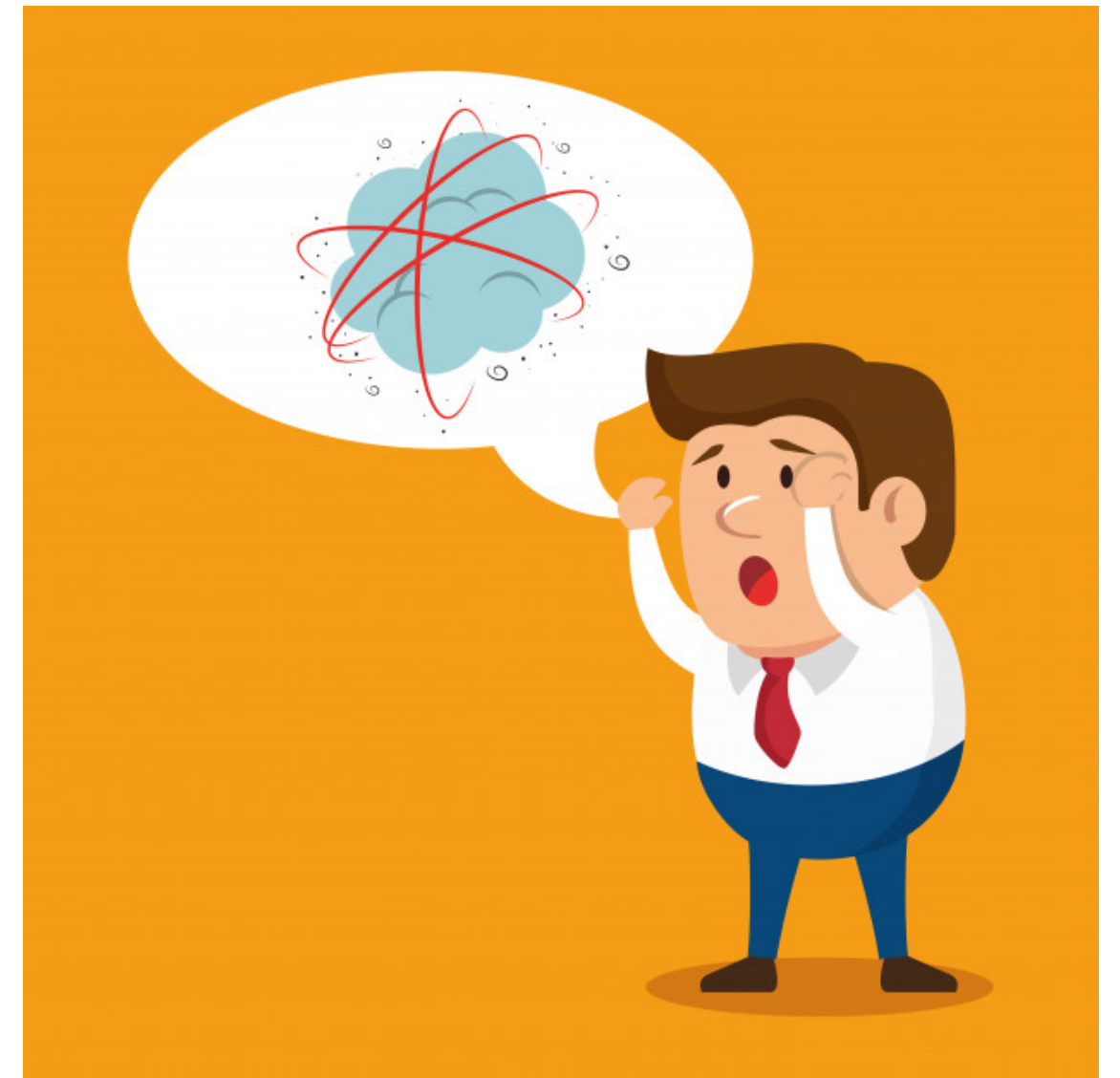
**НАЙВАЖЛИВІШЕ!**

Навіть найкращий піар не допоможе,  
якщо проблемине розв'язуються!



# ЩО РОБИТИ?

- Не замовчувати проблему: відкрито визнати її існування.
- Відразу та ефективно почати розв'язання.
- Постійно повідомляти, що ми робимо та чого маємо досягти саме зараз.
- Повідомити про результати.



# ЩО ДАЄ ВІДКРИТА КОМУНІКАЦІЯ?

Проблему РОЗВ'ЯЗАНО?

Так

МИ МОЛОДЦІ!  
ГАРНО СПРАЦЮВАЛИ!

Ні

МИ МОЛОДЦІ!  
ПРАЦЮЄМО ВІДКРИТО!  
ВИРІШИМО!

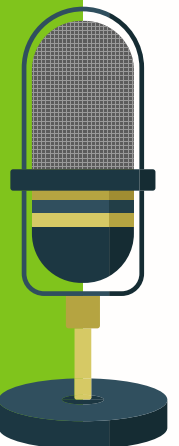
# ЯК СПІЛКУВАТИСЯ З МЕДІА?



1. У жодному разі не відмовляйтеся від коментарів. Бо слова: «ДИРЕКТОР ШКОЛИ ВІДМОВИВСЯ КОМЕНТУВАТИ» створюють для читача/глядача враження, що керівник щось приховує або не хоче казати правду. Тобто – **ОДНОЗНАЧНО ВИНЕН!**

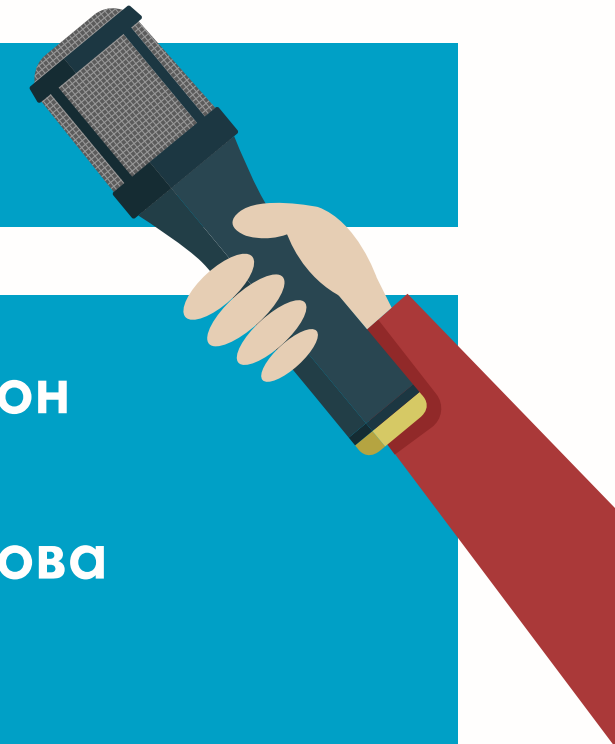
2. Журналіст має обов'язково представитися, назвати видання, у якому працює, і показати на ваше прохання посвідчення.

3. Коли домовляєтеся про інтерв'ю, обов'язково уточніть тему, на яку будете спілкуватися. Це не означає, що журналіст не має права ставити інші запитання, але ви маєте право знати загальний напрямок бесіди.





# ЯК СПІЛКУВАТИСЯ З МЕДІА?



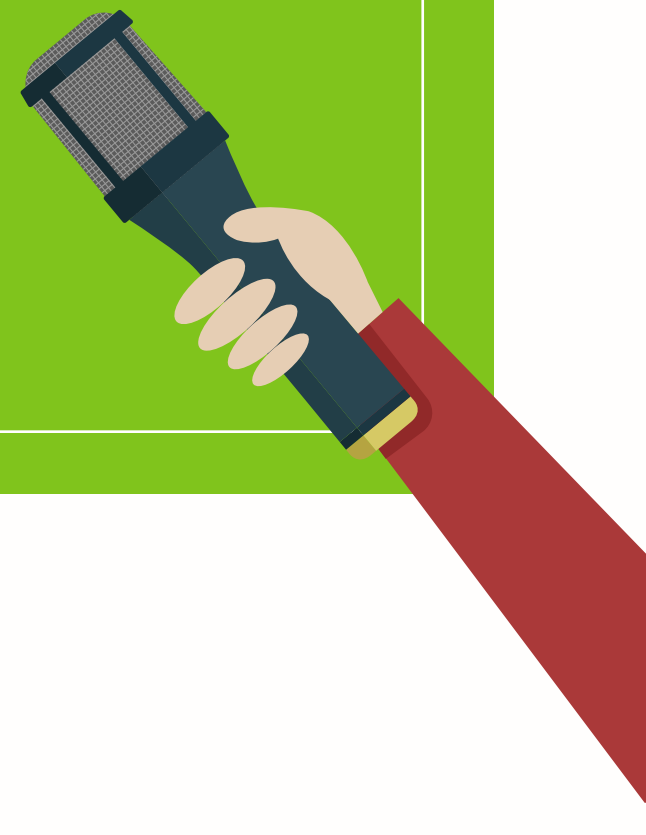
4. Якщо даєте інтерв'ю чи коментар, обов'язково вмикайте свій диктофон (або запис на телефоні). Водночас, ви маєте попередити про те, що відбувається запис. Це надасть вам можливість уточнити, якщо ваші слова передані неправильно.
5. Ви не маєте права вимагати від журналіста весь його матеріал на погодження. Але маєте законне право узгодити свій коментар чи інтерв'ю.
6. Виправляти можете тільки те, що не відповідає сказаному. Якщо під запис щось сказано, то лише від доброї волі журналіста залежить, чи давати це на сайт або в сюжеті.
7. Створюйте цікаві для медіа інформприводи. Що саме цікаве – дізнавайтеся від журналістів, більше спілкуйтеся з пресою.
8. **НІКОЛИ** не коментуйте ті документи, яких не читали.

# ЯК СПІЛКУВАТИСЯ З МЕДІА?

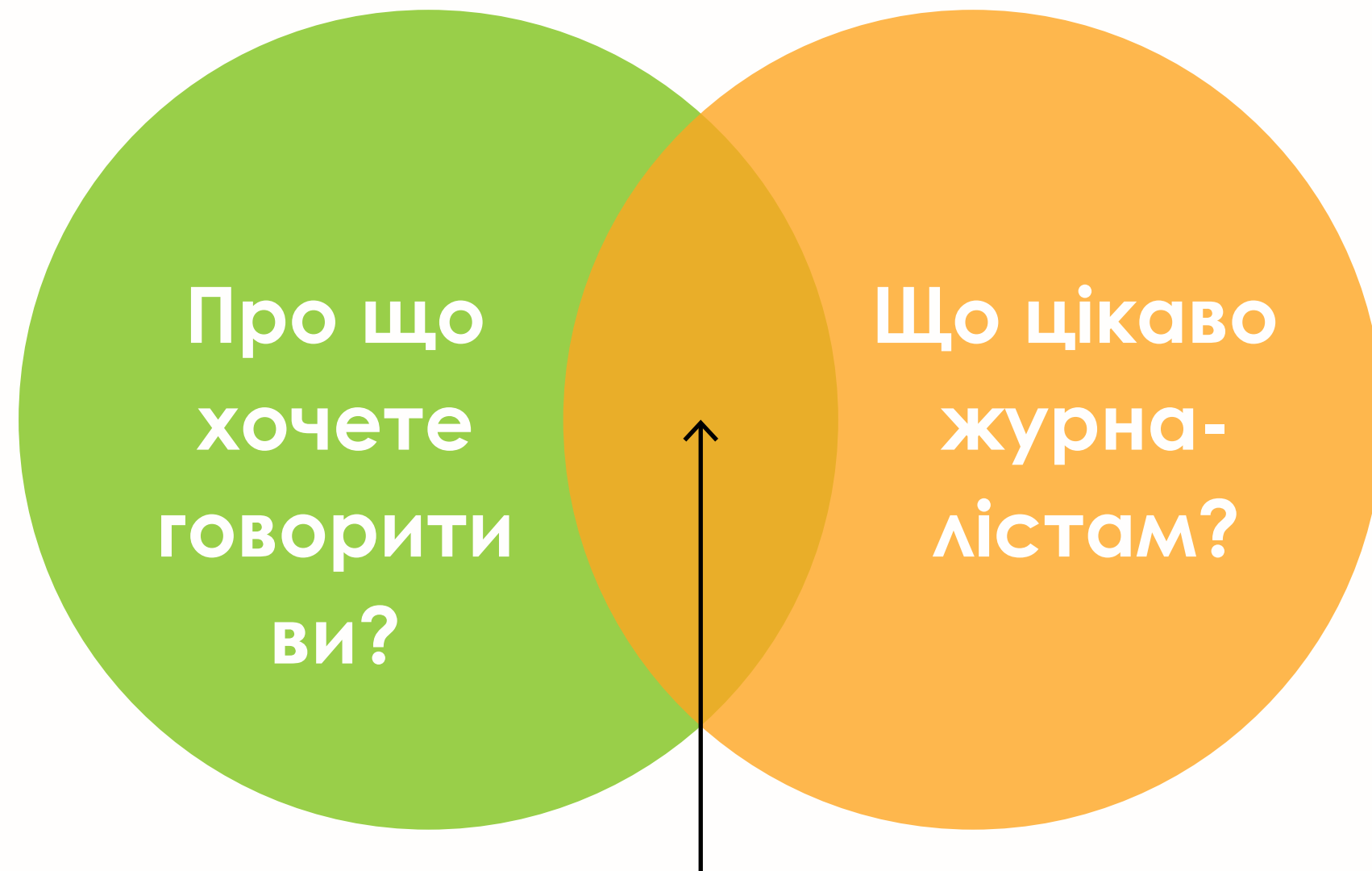


**Знов-таки – головне:  
НЕ ТІКАЙТЕ ВІД ЖУРНАЛІСТІВ!**

**Це набагато гірше, ніж надати  
коментар, навіть, на не дуже  
зручну тему.**



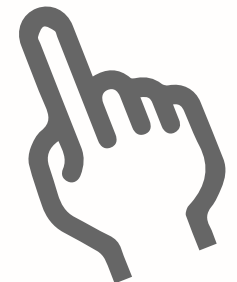
# ШУКАЄМО ТОЧКИ ПЕРЕТИНУ



**Що є сенс висвітлювати?**



# ЯК ДОНЕСТИ КЛЮЧОВЕ ПОВІДОМЛЕННЯ?



# ЯК БУДУВАТИ «МІСТОЧОК»

Фрекен Бок, ви вже  
перестали зранку пити  
коньяк?

Я ніколи не пила  
коньяк зранку!

# ЯК БУДУВАТИ «МІСТОЧОК»

Фрекен Бок, ви вже перестали зранку пити коньяк?

Дякую за чудове запитання!  
Мені подобається, коли цікавляться, як я проводжу свої ранки.

Оскільки я **дуже люблю** свого підопічного – Малюка – **зранку я зазвичай печу йому свіже печиво**, яке ми опісля **із задоволенням їмо разом**, насолоджуючись спілкуванням.

# ЧИ ВІДПОВІДАТИ НА ЗАПИТАННЯ?



# ЯК І КОГО ІНФОРМУВАТИ?



- ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ – спільнота, якій, здебільшого, адресоване повідомлення.
- ДЕ НАША ЦІЛЬОВА АУДИТОРІЯ?  
Весь світ?  
Вся Україна?  
Всі мешканці міста чи району?  
Районне управління освіти?  
Батьки дітей, які вчаться у нашій школі?

# ЯК І КОГО ІНФОРМУВАТИ?

- Для батьків найважливіше — **ЇХНЯ ДИТИНА**
- Щоб уникнути викривлень та брехні, треба **ІНФОРМУВАТИ БАТЬКІВ ОПЕРАТИВНО ТА ВИЧЕРПНО.**



# ЯК І КОГО ІНФОРМУВАТИ?

Завдяки сучасним медіа  
БУДЬ-ЯКА ВАЖЛИВА ПОДІЯ **ОБОВ'ЯЗКОВО**  
СТАЄ ВІДОМОЮ.

Те, що відбувається з дитиною у школі,  
рано чи пізно стає відомим:  
**ПРИХОВАТИ НІЧОГО НЕ МОЖНА!**



Максимальна відкритість школи: якомога швидше якомога більше деталей!