

ност да ги изпратите в пресата.

Насочете правилно посланието си!

Изучете съдържанието на различни публикации и програми. Разберете какви са предпочитанията на отделни журналисти, редактори, продуценти към определен вид материали (от местно значение, от общочовешко, за възрастни хора, за младежка аудитория и т.н.).

Обикновено местните вестници и медии проявяват интерес към новини от регионално значение.

Как да подготвим добро съобщение за пресата?

Да бъде кратко - 1 - 2 страници.

Независимо колко интересен е даден материал, ако той е 10 страници едва ли ще бъде прочетен в един претрупан от работа и информация вестник или телевизионно студио.

Започнете с кратко заглавие.

Изложете всички важни детайли в първия параграф: кой ще говори, какви спорни въпроси ще бъдат засегнати или какъвто и да е друг интересен факт за очакваното събитие.

Включете и няколко важни цитата.

Например:

„Искаме да видим повече жени в правителството - това ще допринесе за световния мир!“ - казват Бил и Джон.

По време на визитата си в Унгария през следващата седмица се очаква президентът Клинтън и премиерът Мейджър да направят изявление при посещението си в Американския журналистически център в Будапеща. Изявлението ще потвърди, че и двамата поддържат

кампанията за избиране на повече жени в управлението на страните от цял свят.

Други медии

Бъдете активни!

Използвайте писма до вестници и списания като част от кампанията. Обаждайте се по време на радиопредавания. Пишете до подходящи програми, за да заявите желанието си за участие в тях.



Бъдете видими за обществеността: балони, знамена, плакати и т.н.

И накрая...

Не се разочаровайте, ако Вашата кампания бъде засенчена от други важни събития.

Никога не се карайте с журналисти - те може да вземат вашия материал след известно време.

Запомнете!

Повечето важни кампании продължават до 10 години, за да постигнат поне половината от своите цели. Подгответе се както за бягане на дълги разстояния, така и за кратки спринтове.