

Komunikácia s mediálnymi partnermi.

S médiami sa môže spolupracovať aktívne, alebo pasívne. Komunikácia môže mať formu individuálneho rozhovoru so zástupcom nejakého média a alebo formou tlačovej konferencie. Média môžu podporovať našu činnosť alebo môžu sa postaviť proti nám, poškodiť organizáciu, alebo poškodiť v rámci konkrétnej udalosti. Pri kontakte so zástupcami médií musíme byť opatrní a pripravení. „Čo sa raz povie, to sa dá už ťažko vziať späť. Alebo skôr ako sa to dementuje, môže informácia spôsobiť škody, alebo ublíženie na zdraví.

- Aktuálnosť
- Časovosť
- Originalita
- Pravdivosť
- Exkluzivita
- Zrozumiteľnosť
- Objektívnosť
- Úplnosť
- Vecnosť
- Zaujímavosť
- Presnosť
- Konkrétnosť

Médiá majú nielen informatívnu, ale aj formatívnu, organizačnú a aktivizačnú úlohu, ovplyvňujú verejnú mienku, vytvárajú tlak na vlády, parlament či iné významné inštitúcie. Verejná mienka je ovplyvnená publicitou. A publicita je predmetom aktivít práce s verejnosťou.

Funkcia tlačového tajomníka – hovorcu – symbolizuje komunikáciu organizácie, firmy, inštitúcie s okolím, občanmi, často najmä prostredníctvom médií, tlače. Ide o špecifickú časť tzv. press relations, t.j. prácu s tlačou.

Média nielen informujú, ale významne ovplyvňujú verejnú mienku tým, že šírením informácie dávajú verejnosti podnet pre zaujatia stanoviska k prezentovaným

spoločenským javom, čím verejnú mienku stavajú proti, alebo súhlasne ku mimoriadnej (krízovej) situácii.

Musíme vedieť:

1. Ako s nimi komunikovať?
2. Prečo sa ich nesmieme obávať?
3. Ako ich „prinútiť“, presvedčiť na pozitívnu spoluprácu?
4. Ako a čoho sa vyvarovať?
5. Kde majú novinári svoje slabé miesta?
6. Čo je krízový manažment?
7. Aká je úloha (osobnosť) tlačového tajomníka?
8. Na ktorej strane stojí Etika a Právo?
9. Čo prináša nový tlačový zákon?
10. Vystupovať pred kamerou a mikrofónom.

Vzťahy s médiami – PRESS RELATION´S