



**National Endowment  
for Democracy**  
*Supporting freedom around the world*

**Fondation  
de  
France**

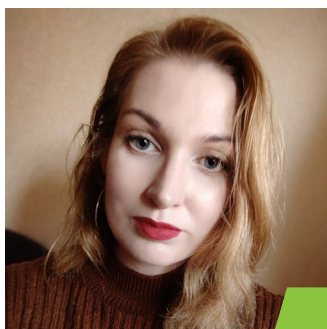


**Sida**

SWEDISH INTERNATIONAL  
DEVELOPMENT COOPERATION AGENCY

# ПАМ'ЯТКА ДЛЯ КІНОКЛУБІВ ЩОДО ВДАЛИХ КОМУНІКАЦІЙ ЗІ ЗМІ

**DOCU  
CLUB**



Про авторку:

**Надія Кучер**, головна редакторка онлайн-медіа «Фундамент» (Полтава), керівниця кіноклубу Docudays UA та учасниця менторської програми DOCU ДІЄ 2.

## ПОРАДИ

### ЦІНУЙТЕ НЕ ЛИШЕ ВЛАСНИЙ ЧАС, А Й ЧАС ІНШИХ

Медіа – це теж бізнес, який платить податки, оренду, заробітну плату, хостинг, купує обладнання тощо. Журналісти не зобов'язані писати про все, що ми вважаємо важливим. Але журналісти повинні керуватися професійною етикою, враховувати суспільну значимість тієї чи іншої події.

Редакції зазвичай (а в умовах війни й поготів) дуже цінують свій час. До підбору тем для висвітлення ставляться дуже прискіпливо й вибірково. Якщо запропонований пресреліз нудний, бюрократичний, довгий тощо – швидше за все, його проігнорують.

### ЗАПРОШЕННЯ ВИСВІЛТИ ПОДІЮ: ЯК ЗРОБИТИ ЦЕ ПРАВИЛЬНО

Якщо редакція не дружня (де працюють ваші хороші друзі) й немає домовленості про дзвінки – не варто витратити час на продзвони заради анонсів чи інших не термінових питань. Все вирішується у месенджерах та електронною поштою. Відправили запрошення – не потрібно кілька разів на добу (особливо пізно ввечері) нагадувати про свій пресреліз. Якщо це не реліз про Перемогу України, звісно :)

Якщо надсилаєте лист «електронкою», він має виглядати так: коротка назва (суть), нейтральне привітання, хоча б пару речень, про що лист. Фото не треба вставляти у вордівський документ у жодному разі! Фото прикріплюють окремо. Краще користуватися гугл-доками і надсилати лінки на тексти. Не забуваючи при цьому надати доступ до перегляду та редагування файлу. Якщо фото багато – варто користуватися якимось файлообмінником типу fex.net.

### НЕ ПИШІТЬ КАПСЛОКОМ

Текст має бути в одному форматі: одним шрифтом, одним кольором, без виділень, книжних абзаців тощо. Це важливо, бо текст копіюється в адмінку сайту і вже там редактор стрічки/журналіст верстає публікацію так, як потрібно.

Нормальна практика – попросити у разі розміщення анонсу надіслати гіперпосилання. Й на репортаж про саму подію потім теж.

### РЕЧЕННЯ – КОРОТКІ

Якщо редакція отримує текст, а в ньому йдеться типу «було проведено, було зроблено, сказано» й далі речення з 20 слів, то очікуйте два варіанти розвитку подій:

- а) текст взагалі не поставлять, бо не захочуть витратити час на редагування, а по суті – переписування тексту заново;
- б) текст перепишуть під формат ЗМІ, в яке ви надіслали текст. Але не факт, що наступного разу знову будуть правити, скоріш за все – просто не поставлять. Або запропонують поставити на правах реклами :)

**Тому рекомендація:** писати простою мовою короткими реченнями саму суть і деталі, в ідеалі – писати під формат медіа, якому надсилаємо. Дуже важливо розуміти, що пресреліз – це не твір, тому особливого красномовства і епітетів/оціночних суджень не потрібно.

## ПОВАГА

Важливо поважати рішення редакції і не ображатися, якщо новину не ставлять чи журналісти не приходять на заходи. Не прийшли на захід – підготуйте якісний пресреліз. Його охоче візьмуть і, можливо, наступного разу прийдуть. Що для цього потрібно?

1. Врахувати рекомендації, викладені вище.
2. Якісні фото (до речі, не біймося надсилати тексти і фото телеканалам, зараз вони активно наповнюють стрічки новин).
3. Чіткість викладу, без «води».
4. Ексклюзивність, оригінальність, актуальність (прив'язка до дат чи подій).

## ЗАЛУЧАЙТЕ ДО ЗАХОДІВ МІСЦЕВИХ ЛСД (ЛІДЕРІВ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ)

Це приверне увагу не тільки учасників, але й ЗМІ.

При цьому орієнтуйтеся на вікову категорію, тематику тощо.

## ЯКЩО РЕДАКЦІЯ ПРИПУСТИЛАСЯ ЯКОЇСЬ ПОМИЛКИ

Краще не писати публічно. Доцільно у приват попросити виправити помилку.

І якщо щось не подобається у репортажі, наприклад, назва публікації – не вимагайте правок. Якщо там, звісно, не відверте перекручування, фейк чи маніпуляція.

А от просити виправити коментар, якщо там щось не так, – це Ок.

## ВЗАЄМОВІЧЛИВІСТЬ, ПОВАГА ДО РОБОТИ ЖУРНАЛІСТІВ = ЗАПОРУКА УСПІШНОЇ СПІВПРАЦІ

Не потрібно звинувачувати журналістів, якщо вони не пишуть запропоновані вами теми. Зверніться до іншої редакції, напишіть і надайте інформацію самі.

Не повчайте журналістів, наприклад, як чи про що краще писати. Перш, ніж це робити, запитайте себе, чи вчите ви лікаря лікувати?

Ще хороші посібники:

