

---

# Взаимодействие СО НКО и СМИ

# ЗАЧЕМ?



---

## ЗАЧЕМ рассказывать о своей деятельности?

- Заявить о том, что вы есть, и что вы можете помочь
- Раскрыть социальную значимость конкретной тематики
- Собрать людей на свое мероприятие
- Привлечь спонсоров
- Создать свой бренд, репутацию эксперта
- Найти волонтеров
- Найти дружественные организации для совместных проектов



---

# ГДЕ рассказывать о своей деятельности?

## СОЦСЕТИ

### Плюсы:

- можно без бюджета
- неограниченная аудитория

### Минусы:

- нужны навыки SMM, дизайн, тексты

### Плюс и он же минус:

- приходится все делать самостоятельно

## СМИ

### Плюс:

- помогают формировать репутацию и экспертность

### Минусы:

- встречаются непрофессионалы
- все еще много мифов СМИ об НКО и наоборот

## ГОРОДСКИЕ ПЛОЩАДКИ

### Плюс:

- можно сделать универсальные заготовки

### Минус:

- требует бюджета

# СМИ и НКО: МИФЫ

## Миф 1

Без бюджета не будет публикаций

## Миф 2

Журналисты должны сами проявлять к нам интерес

## Миф 3

Журналисты должны сами делать всю работу

*Не верьте мифам,  
верьте в себя и в людей!*



---

# КАК рассказывать о своей деятельности?

- Продуманно
- Системно
- Качественно



# Что нужно продумать:

- Что именно я делаю и в чем ценность для общества?  
*(Карточка организации, справка в релизы)*
- Про что я могу рассказать? *(Календарь событий и информационных поводов)*
- Зачем я буду это рассказывать? *(От этого зависит выбор ЦА, площадки и формата)*
- Кому важно услышать мою информацию? *(Возраст, район или регион, профессия читателей - ваша ЦА)*
- Какому СМИ может быть интересна моя информация?  
*(Правильный выбор площадки)*
- В каком формате моя информация? *(Текст, фото, видео, аудио - новость, статья, интервью, пост)*
- Как я могу связаться со СМИ? *(Медиакарта - полезная штука)*

**Целевая  
аудитория  
зависит от  
ЦЕЛИ  
размещения  
информации**



# Кто может быть целевой аудиторией:

- Все взрослое население
- Определенная категория социально незащищенных граждан (родители, подростки, люди с инвалидностью, пожилые люди, близкие тяжело больных людей, многодетные семьи)
- Потенциальные волонтеры/доноры/жертвователи
- Профессионалы, специалисты в конкретной сфере, люди, владеющие определенными навыками
- Бизнес-сообщество
- Чиновники



# КАКИЕ БЫВАЮТ СМИ

## *по направленности*

- Информационные
- Деловые (бизнес-СМИ)
- Научные и научно-популярные
- Детские
- Глянцевые (индустрия моды и красоты)
- Тематические (спортивные, кулинарные, автомобильные, музыкальные, о здоровье и здоровом образе жизни, о рукоделии, выращивании растений, домашних животных, обустройстве дома и дачи)
- Профессиональные (для педагогов, строителей, медиков, аграриев)



# КАКИЕ БЫВАЮТ СМИ

*по формату*

- Телевидение
- Газеты
- Радио
- Интернет-ресурсы
- Журналы



# КОНКРЕТНО

Телевидение



<https://vestitula.ru/>

8 (4872) 36-57-00,  
8 (4872) 36-71-72,  
36-74-25



<https://1tulatv.ru/>

Секретарь: +7 (4872) 35-04-08  
Информационный отдел: +7 (4872) 33-23-21  
Коммерческий отдел: +7 (4872) 35-06-59  
Программный отдел: +7 (4872) 35-04-08

# Радио



ГТРК Тула

8 (4872) 36-24-45,  
36-33-02



Радио в Туле

Дорожное радио  
Радио Рекорд  
Пи Fm  
Ретро FM  
РАДИО ENERGY  
НАШЕ радио  
Юмор FM  
Милицейская волна  
Авторadio  
Европа Плюс  
Русское Радио  
Love Radio  
Радио MAXIMUM  
Радио Дача  
Радио Шансон

Компания  
Медиа Траст

8 (4872) 250-470  
[www.radiovtule.ru](http://www.radiovtule.ru)

# Газеты



[mk.tula.ru](http://mk.tula.ru)  
8 (4872) 35-14-81

ХОЛДИНГ РЕГИОН 71



+7 (4872) 76-55-96

**СЛОБОДА**

СЕМЕННАЯ ГАЗЕТА

Исполнительный директор:  
57-07-07 (доб. 234)

Шеф-редактор:  
57-07-07 (доб. 243)

Шеф-редактор портала Myslo:  
57-07-07 (доб. 811)

**MYSLO**

ВСЯ ТУЛА ЗДЕСЬ!

**АРГУМЕНТЫ  
И ФАКТЫ** В ТУЛЕ

[tula.aif.ru](http://tula.aif.ru)  
(4872) 70-44-18

# Интернет-ресурсы



<https://newstula.ru/>  
8 (4872) 71-08-03

<https://www.tulapressa.ru/>

8 (4872) 52-55-33



8 (4872) 77-01-57



8 (4872) 25-04-74



<http://tulasmi.ru/>

8 (4872) 76-55-99

# Журналы

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ  
ТУЛА **БИЗНЕС**  
**журнал**

[business71.ru](https://business71.ru)

8 (487) 271-08-04

журнал **Professional**  
деловое издание  
[proftula.ru](https://proftula.ru)

<https://proftula.ru/>

8 (920) 277-55-51



Тематическое сетевое  
издание - культура,  
искусство, история края

<https://btula.ru/>

8 (4872) 710-803



## ИЗУЧИТЕ АНАЛОГИЧНЫЙ ОПЫТ КОЛЛЕГ



## ИСПОЛЬЗУЙТЕ СОВРЕМЕННЫЕ СРЕДСТВА

- Бесплатные фото-, видеоредакторы ([canva.com](https://canva.com))
- Сайты-генераторы логотипов



МЕДИАБАНК И ФОТОБАНК  
СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ



## УЧИТЫВАЙТЕ НЮАНСЫ

- Для телевидения и радио важен хронометраж сюжета или программы
- Для телевидения основное – картинка
- Для газет важно учитывать даты выхода, тираж, объем печатной площади, количество знаков
- Для интернет-ресурсов важна оперативность и актуальность





## ПОДУМАЙТЕ: ГДЕ ЕЩЕ?

Статья, которую вы опубликовали в СМИ, может стать хорошей основой для нескольких постов в соцсетях

Новость - стать текстом  
видеоролика

Не ограничивайтесь одной площадкой

## БУДЬТЕ БЛАГОДАРНЫ!

Сделайте репост новости о вас

Поблагодарите журналиста лично

# Как действовать качественно?



# Примеры информационных поводов:



- Анонс мероприятия + новость о мероприятии
- Участие ТОС в городском, областном празднике, субботнике, форуме, экологической акции и т.д.
- Событие, важное для организации или ее благополучателей (годовщина создания, праздничная дата)
- Экспертный комментарий общественно значимого события
- Результаты статистического исследования, опроса жителей
- Рассказ об организации через социального героя
- Другое

# Что важно в вашей новости?



- Актуальность даты (*многим СМИ важен сегодняшний день*)
- Заголовок (*основная мысль*)
- Далее подробности (*что, где, когда, кем сделано или планируется*)
- Качественные фото
- Контактное лицо в пресс-релизе + справка об организации
- Адресное обращение к журналистам (*рассылка + лс в соцсетях + прозвон*)
- Мониторинг размещения, репосты, лайки, личная благодарность

# Идеальный пресс-релиз

- Учитывает формат и целевую аудиторию СМИ
- Четкий и понятный (Вам самим), без терминов, сокращений, птичьего языка и канцеляризмов
- Краткий, без лишних деталей. Отвечает на вопросы: Что? Где? Когда?
- Указан организатор мероприятия
- Указаны спикеры из числа известных людей (чиновники)
- Контакты организатора
- Справка об организации

# УСПЕХОВ!



# У нас всё получится!

**Спасибо за внимание!**