

Kommunikatsiooni käsiraamat

KUIDAS OMA SÕNUMIT AVALIKUSTADA?

Sisukord

3

Sissejuhatus
Kommunikatsiooni olemus

6

Kommunikatsioon
Suhtlemine projekti partnerite ja sihtrühmadega
Sõnumi formuleerimine
Sotsiaalpoliitiline suhtekorraldus

16

Meediasuhted
Avalik arvamus
Ajakirjandus- ja suhtekorralduseetika
Suhtekorralduse võimalused
Erinevate meediakanalite kasutamine
Ülevaade Eesti meediast
Pressiteate koostamise juhend
Pressiürituse korraldamine
Ajakirjaniku töökorraldus
Intervjuu andmine
Meediasuhete põhireeglid
Kriisikommunikatsioon
Pildi keel
Meediatöö tulemuste mõõtmine
Meediatöö tagajärjed

44

Sotsiaalreklaam
Reklaamikampaania planeerimine
Reklaamikampaania hindamine

50

Euroopa Sotsiaalfondi ühtne kommunikatsioon

52

Kultuuridevaheline kommunikatsioon

54

Stereotüüpiseerimine
Vähemusgruppidele suunatud kommunikatsioon
Kuidas ära tunda ja vältida soolist diskrimineerimist meedias
Praktilisi nõuandeid soolise diskrimineerimise vältimiseks

Sissejuhatus

Head projekti või programmi elluviijad!

Meie ühiskonnas on veel palju lahendamist vajavaid murepunkte. Üsna suure hulga neist võib paraku liigitada sotsiaaltemaatika alla. Ja just teie olete otsustanud selles tegevuses oma õla alla panna. Tubli!

Olete näinud vaeva ja kirjutanud valmis projekti, mis aitaks meie elu edasi viia. See projekt on leidnud heakskiidu. Te asute seda projekti ellu viima.

Ent teil on ka ülesanne avalikkust sellest projektist teavitada. Kuidas seda teha? Kas trükkida väike voldik üldsõnaliste loosungite ja projekti rahastaja logoga? Tundub lihtne lahendus – ent kas ka efektiivne? Ilmselt mitte.

Selles väikeses raamatus jagame teile näpunäiteid, kuidas oleks mõistlik avalikkusega suhelda. See raamat on nagu aabits, mille läbi lugemise järel ei saa minna doktoritööd kaitsma. Ent suhtekorralduse, meediasuhete, reklaami jms kohta saab siit kätte põhitõed.

Raamatus räägivad oma kogemustest ka mitme edukalt ellu viidud sotsiaalprojekti korraldajad.

Selleks, et projekt oleks jätkusuutlik, on teil kui toetuse saajal oluline tagada oma tegevuste jätkumine ka pärast toetusraha lõppemist. Tegevuse jätkusuutlikkus väljendub näiteks kohaliku või riikliku poliitika mõjutamises või muutmises. Jätkusuutlikkus väljendub ka selles, kuidas on korraldatud toetuse tulemusel arendatud teenuste pakkumine või neid tutvustavate materjalide tootmine ja levitamine.

Jätkusuutlikkuse tagamine eeldab toetuse saajalt suhtekorralduse ja turundus-kommunikatsiooni alaseid oskusi.

Mida me soovitame? Soovitame seda, et võttes ette tõsise projekti, mida südamega ellu viima hakata, mõelge, kas suudate sellest avalikkusele teavitamisega ikka ise hakkama saada või oleks mõistlik appi võtta seda tööd tundev inimene?

Head lugemist!

Raamatu koostajad:

Rain Veetõusme
Mart Riikoja
Barbi Pilvre

Raamatu tellija:

Sotsiaalministeerium (prioriteetse suuna „Pikk ja kvaliteetne tööelu” rakendusasutus)