

HOE MET DE JOURNALISTEN EN DE MEDIA COMMUNICEREN ?

Avec le soutien du Fonds Européen de Développement Régional

Met steun van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling

4.1 Hoe omgaan met de pers ?

Er bestaan geen precieze geschreven regels over de manier waarop u met de pers moet communiceren. Elke organisatie en elk programma heeft een eigen strategie en eigen sociale vaardigheden. Toch kunnen bepaalde factoren de contacten met de pers beïnvloeden bij het “verkopen” van informatie over het project.

Journalisten hebben weinig tijd. Ze proberen alle elementen van een verhaal (foto's, getuigenissen, bronnen) bij elkaar te brengen en ze gaan van het ene onderwerp naar het andere in functie van de actualiteit. Deze professionele routine is gejaagd en stresserend, dit vereist dus een specifieke inspanning van degene die informatie wenst te versturen. Het is belangrijk enkel te communiceren indien er interessante en relevante informatie te melden is.

Hoe ?

- o Het sleutelwoord is «**eenvoud**»: de journalisten waarderen duidelijke en begrijpelijke informatie. Een artikel mag niet vol ingewikkeld jargon en acroniemen staan die enkel de EU-ambtenaren kennen of gebruiken.
- o **Een toegankelijke terminologie:** woorden zoals of «Programma doelstelling 4», «Begeleidingscomité» of «Werkpakket» zullen waarschijnlijk niet begrepen worden door het brede publiek. De technische concepten moeten op een meer toegankelijke manier toegelicht worden.
- o **Identificatie van de pers en de bevolking met de informatie :** indien het de bedoeling is de aandacht van de plaatselijke pers te trekken, dan moet een plaatselijk evenement voorgesteld worden. De bevolking kan direct aangesproken zijn door bijvoorbeeld een project dat de mensen tot meer milieuvriendelijk gedrag wil bewegen.
- o **Wees beknopt en kom meteen ter zake:** geen lange uitweidingen of overbodige randinformatie.

Professionele beleefdheid : zowel de zender van de informatie, als de ontvanger moeten wederzijds respect tonen. Dit is enkel mogelijk als elke partij werkelijk rekening houdt met de verplichtingen die komen kijken bij de rol van de ander.

Beide partijen moeten voordeel halen uit het partnerschap: de organisatie is niet de enige die een voordeel probeert te halen uit het partnership (namelijk dat de informatie gepubliceerd wordt). De journalist kan er ook zijn voordeel uit halen: een interessant nieuwtje (of scoop) met sprekende beelden en de mogelijkheden om betrouwbare bronnen te citeren is een goede deal voor de pers.

Geef aan dat u beschikbaar bent en blijft. Dit betekent niet enkel beschikbaar zijn vòòr de publicatie van het artikel maar ook erna als de journalist meer informatie wenst (misschien over iets anders).

4.2 Tips om een communiqué te schrijven

De omgekeerde piramide

De omgekeerde piramide is een model om een nieuwsbericht, een artikel of informatie op te stellen. Het komt er op neer dat de belangrijkste informatie zich bovenaan bevindt, bij het begin, en dat de bijkomende informatie volgt op het einde van het artikel. Zo zal iemand die het artikel niet volledig leest, toch de belangrijkste informatie hebben ontvangen, nl. de boodschap die men probeert te beklemtonen. Aangezien de lezer van boven naar onder toe leest, moet de informatie in het artikel evolueren van uitermate belangrijk naar minder belangrijk.



De inleiding

De inleidende paragraaf is de eerste paragraaf bij een artikel en dus ook het belangrijkste. Deze inleidende paragraaf moet aan bepaalde kenmerken voldoen:

- **De elementen aanreiken die essentieel zijn voor het verhaal**
- **De lezers motiveren tot het lezen van de rest van het artikel**
- **Het volledige artikel samenvatten**

Over het algemeen mag de inleidende paragraaf niet meer dan 50-60 woorden bevatten omdat de lezers snel willen weten waarover het gaat. De journalisten gaan in uw inleidende paragraaf op zoek naar de antwoorden op 6 basisvragen: wie, wat, waar, wanneer, hoe, waarom.

TIPS

- Kies een duidelijke en korte titel die aangeeft wat de lezer zal opsteken als hij uw artikel leest.
- Bepaal uw doelgroep en kies de bijhorende stijl en vorm (ernstig of grappig, specifiek of algemeen).
- Om de aandacht van uw lezers te trekken, kan u in de eerste zin van het artikel een vraag stellen. Bijvoorbeeld: "Ooit gedacht dat glasvezel recycleren leuk kon zijn?"
- Gebruik correcte grammatica en herlees uw artikel voordat u het opstuurt om fouten te vermijden.
- Voeg foto's in een hoge resolutie toe of tekeningen die uw artikel illustreren.

- Wie ?**
Over wie gaat dit artikel ?
- Wat ?**
Waarover gaat dit artikel ?
- Waar ?**
Waar vindt het verhaal plaats ?
- Wanneer ?**
Wanneer vindt het verhaal plaats ?
- Hoe ?**
Hoe verloopt het verhaal ?
- Waarom ?**
Waarom gebeurt dit ?