

16 DANA AKTIVIZMA PROTIV RODNOG NASILJA

25. novembar – 10. decembar 2009. godine



MEDIJSKI ALATI

SAOPŠTENJE ZA MEDIJE

Napišite saopštenje za medije o Kampanji 16 dana aktivizma i vašem kalendaru događaja. Pokušajte da se fokusirate na jedinstven aspekt vaše Kampanje, jer je više vjerovatno da će novinari/ke podržati priču ukoliko je napravite naročito interesantnom za širu javnost. Vodite računa o tome da je saopštenje kratko i da daje odgovore na pitanje, ko, šta, gdje, kada i zašto:

- ▶ **KO:** Organizacije koje su uključene i pojedinci/ke koji su citirani (sa punim imenom i pozicijom)
- ▶ **ŠTA:** Navedite aktivnosti koje se organizuju
- ▶ **KADA:** Dajte puni datum i vrijeme (specificirajte da li prije podne ili poslije podne)
- ▶ **GDJE:** Pružite tačnu lokaciju vašeg događaja, uključujući instrukcije kako doći do tog mjesta i druge relevantne informacije
- ▶ **ZAŠTO:** Objasnite zašto je događaj/aktivnost koju organizujete važan – pridobijte pažnju čitalaca
- ▶ **ZBOG ČEGA JE BITNO:** Opišite koji uticaj problem ili događaj ima na vašu zajednicu
(Adaptirano od Amnesty International Kanada [“Kako napisati saopštenje za medije”](#))

FORMAT

ZA OBJAVLJIVANJE ODMAH

Kontakt informacije

(Ime, pozicija, adresa, telefon, e-mail)

Datum saopštenja

Naslov (naglasite najvažnije informacije u 10 riječi ili manje)

LOKACIJA (GRAD, oblast, kanton, opština i sl.), Datum: Prvi paragraf treba da pruži sve ključne informacije koje želite da saopštite. Vodite računa da predstavite informacije na interesantan način koji zaokuplja pažnju, tako da osoba koja čita saopštenje za javnost bude zainteresovana da je pročita do kraja. Stavite najvažnije argumente i informacije u prvi plan i koristite paragrafe koji slijede da podržite ove argumente.

Na kraju vašeg saopštenja stavite #30#, što predstavlja simbol koji koriste novinari da obilježe kraj saopštenja #30#

SAVJETI

- Izbjegavajte korištenje modernih ili pretjerano tehničkih riječi, kao i dugačke rečenice
- Osigurajte da je saopštenje profesionalno: pokušajte da ne koristite uzvičnike i pišite u trećem licu
- Pokušajte da ograničite dužinu saopštenja na jednu stranicu, ali ukoliko je duže, vodite računa da uključite kontakt informacije i naslov na svaku od sljedećih stranica
- Dvostruko provjerite sve informacije o imenima, datumima, vremenima, adresama, i sl. kako biste osigurali da su svi detalji saopštenja tačni
- Uključite jasne, koncizne i strateške citate od osobe koja radi na problemu
- Zapamite da uključite opis vaše organizacije i njenog rada
- Imajte nekog ko će pročitati saopštenje i potvrditi vam da je lako razumljivo i interesantno za nekog ko nije upoznat sa problemom
- Završite saopštenje za medije sa rečenicom gdje pojedinci/ke mogu dobiti više informacija information (npr. kontakt osoba, web stranica, izvještaj, ili internet resurs)

DISTRIBUCIJA

Faksirajte, pošaljite e-mailom ili lično isporučite saopštenje za medije (jednom) pogodnom reporteru/ki, uredniku/ci, ili producentu/producentici u okviru svakog od medija. Vodite računa da je jasno vidljiv namjeravani datum objave saopštenja za medije kako bi informacija bila distribuirana javnosti u vrijeme kada to želite. Trebali biste ponovo kontaktirati medije dan ili dva prije nego što će se desiti događaj ili akcija koju organizujete.

INFORMACIJA ADAPTIRANA IZ:

- “Kako napisati saopštenje za medije” u Amnesty International Kanada *Alati za aktiviste/aktivistkinje* na: http://www.amnesty.ca/members/tools_for_activists/how_to_write_press_release.php
- SPIN Projekat. (2007) “Pisanje za komunikacije.” <http://www.spinproject.org/downloads/WritingForComms.pdf>
- eHow.com. (2006) “Kako pravilno napisati saopštenje za medije.” http://www.ehow.com/how_8793_write-proper-press-release.html

PISMA UREDNIKU/CI & MIŠLJENJE ČITATELJA/KI/UVODNICI

Napišite pismo uredniku/ci ili Mišljenje čitatelja/ki/Uvodnik (Op-Ed) tokom Kampanje 16 dana aktivizma kako biste pomogli zadobijanju pažnje za probleme ili specifično rodno stereotipno pisanje medija.

♦ **Pisma uredniku/ci** su kratki (150-200 riječi) odgovori ili komentari sa namjerom da isprave netačno objavljene informacije o problemu, ili da pohvale dobro novinarsko izvještavanje. Ukoliko mislite da određeni medij nije bio senzitivn u svom izvještavanju o problemima vezanim za nasilje protiv žena ili ženska ljudska prava, period Kampanje 16 dana aktivizma može biti dobro vrijeme da iskažete svoju zabrinutost. Sa druge strane, ukoliko je određeni medij napravio dobar posao u izvještavanju tokom Kampanje 16 dana aktivizma, možete napisati pismo uredniku/ci kako biste im čestitali na njihovom radu. **NAPOMENA:** Ukoliko se suočavate sa rizikom od prijetnji ili napada možete poslati anonimno pismo ili koristiti izmišljena imena.

♦ **Mišljenje čitatelja/ke** je duža (500-800 riječi) lična priča ili lično mišljenje koje je vezano za veće, aktuelno (i ponekad kontraverzno) pitanje ili problem. Na primjer, osoba koje je preživjela nasilje ili pružateljica pomoći može naglasiti statistike o nasilju protiv žena u zajednici i diskutovati o kvalitetu servisa koje su dostupne žrtvama nasilja. Ove lične priče mogu biti vezane za diskusiju o specifičnom prevladavajućem obliku kršenja ženskih ljudskih prava u vašoj zemlji. Možete smatrati da je korisno da se pozovete na druge informacije u akcijskom paketu Kampanje 16 Dana aktivizma, kako biste uobličili svoje pismo.

Uključite vaš kalendar aktivnosti i zamolite medije da ga objave, ili platite reklamu. Pogledajte web stranicu FAIR (Poštenje i tačnost u izvještavanju) za vodič kako komunicirati sa medijima: <http://www.fair.org/activism/communicate.html>.

INTERVJU

Budite spremne da date intervju o Kampanji i vašim aktivnostima, ili uživo ili kao pozadinske informacije za buduću priču na televiziji, radiju ili u novinama. Vidi "Kako dati intervju" u Amnesty International (Kanada) *Alati za aktiviste* na: http://www.amnesty.ca/members/tools_for_activists/how_to_give_interview.php. Za listu radio emitera u zajednici, posjetite <http://www.amarc.org/>.

NOVI MEDIJI

Internet pruža beskrajne prilike za podjelu informacija. Mnoge internet stranice i online zajednice jednostavno zahtjevaju da kreirate korisnički profil sa validnom e-mail adresom. Međutim, zapamtite da budete pažljive o tome kako i gdje dijelite svoje lične informacije na Internetu. Vodite računa da provjerite politike privatnosti web stranica prije nego što se registrujete.

- ♦ **Blogovi:** Tip web stranice, obično održavan od strane pojedinca/ke, sa redovnim unosima komentara, opisa događaja, ili drugih materijala, kao što su grafike ili video. Dva primjera popularnih blog stranica gdje možete postaviti besplatne blogove su WordPress (<http://wordpress.com/>) i BlogSpot (<https://www.blogger.com/>)
- ♦ **Web stranica za podjelu video materijala:** Web stranice kao što je [YouTube](http://www.youtube.com/) vam dozvoljavaju da postavite i djelite video snimke. Na primjer, Centar za globalno liderstvo žena ima YouTube stranicu gdje su postavljeni neki video snimci o nasilju protiv žena koji su snimljeni na sastanku strateških diskusija u julu 2009. godine <http://www.youtube.com/user/CWGLRutgers>
- ♦ **Stranice socijalnog umrežavanja:** Kreirajte fan stranice, najave događaja, i linkove prema drugim grupama koje rade na sličnim problemima na web stranicama kao što su Facebook (www.facebook.com) i MySpace (<http://www.myspace.com/>). Povežite se sa Zvaničnom stranicom Kampanje 16 Dana aktivizma protiv rodnog nasilja [Facebook fan page](http://www.facebook.com/16days).
- ♦ **HUB:** Interaktivna zajednica za ljudska prava gdje možete postaviti video snimke, audio snimke, ili fotografije da podijelite informacije o vašem zalaganju i aktivnostima kampanje. Možete kreirati grupu ili se povezati sa drugim grupama na HUB-u. <http://hub.witness.org/>

DODATNI RESURSI:

- ♦ Razvojni fond Ujedinjenih nacija za žene. (2003) *Činjenje razlike: Strateške komunikacije za zaustavljanje nasilja protiv žena*. Dostupno na: http://www.unifem.org/attachments/products/MakingADifference_eng.pdf
- ♦ Gender projekt monitoringa medija. "Moguća misija: Gender i mediji resursni materijal za trening zalaganja: <http://www.whomakesthenews.org/tools/mission-possible-a-gender-and-media-advocacy-training-toolkit.html>
- ♦ Mreža ženskih vijesti – Video kolekcija na VodPod: <http://vodpod.com/womennewsnetworkvideocollection>
- ♦ Ženski medijski centar: <http://www.womensmediacenter.com/>

Translation provided by United Women Banja Luka
<http://www.unitedwomenbl.org>



**Kampanja 16 Dana aktivizma protiv rodnog nasilja je koordinirana od
Centra za globalno liderstvo žena**

160 Ryders Lane, Rutgers University, New Brunswick, NJ 08901-8555 USA;
Phone (1-732) 932-8782; Fax: (1-732) 932-1180; E-mail: 16days@cwgl.rutgers.edu;
Website: <http://www.cwgl.rutgers.edu/16days/home.html>

