

# תבנית לכתיבת הודעה לעיתונות

## לפני שמתחילים לכתוב

בדקו האם הנושא מתאים להודעה לעיתונות, האם יש לו ערך חדשותי או תקשורתי אחר: זה יכול להיות נושא שהוא רלוונטי לחלקים גדולים מהאוכלוסיה או נוגע בסוגיה אקטואלית.



### 01 כותרת ההודעה

הכותרת צריכה להיות קצרה, ברורה, מדויקת, עניינית ומסקרנת, ושתמשוך תשומת לב.

#### לדוגמה:

"מאות פעילים יתכנסו בכנס השנתי לשינוי חברתי: 'היום זה אנחנו'".

### 02 כותרת משנה

ניתן, אך לא חובה, להוסיף תת כותרת שמרחיבה ונותנת מידע נוסף, מעניין, בהקשר לנושא ההודעה.

#### לדוגמה:

"בעולם שבו הקיטוב החברתי הולך ומעמיק, מטרת הכנס היא לקדם דיון משותף ופרקטיקות לשיתוף פעולה בין קהילות מגוונות. הכנס נועד לתת מענה לצורך הדחוף בגיבוש פתרונות לשינוי חברתי תוך יצירת חיבורים חדשים."

### 03 פסקת פתיחה

מאחר ולא בטוח שהטקסט כולו ייקרא עד הסוף, נכתוב כאן את הדברים שהכי חשוב לנו שהעיתונאי ידע. נוודא שיש לנו **חמש מ"מים: מה, מדוע, מקום, מי ומתי**. למשל, כדי שעיתונאי יוכל לסקר את האירוע של הארגון שלכם, הוא צריך לדעת **מה** האירוע הצפוי, **מדוע** הוא קורה, **מי** מוביל אותו, באיזה **מקום** הוא מתקיים, **ומתי** זה קורה. אם יש לינק להרשמה – זה המקום לשים אותו.

#### לדוגמה:

"מאות פעילים חברתיים צפויים להתכנס ב-15 בדצמבר בכנס השנתי 'היום זה אנחנו', שיתקיים במרכז הכנסים העירוני בתל אביב. הכנס, המתקיים זו השנה החמישית, יעסוק בקידום פתרונות חדשניים לשיתוף פעולה בין קהילות מגוונות."

## תבנית לכתיבת הודעה לעיתונות

### גוף ההודעה

04

גוף ההודעה יכולות שתיים או שלוש פסקאות הרחבה עם מידע נוסף מעניין, חשוב ומהימן. כאן תוכל להציג פרספקטיבה עמוקה יותר, ולהסביר את הרלוונטיות שלה. בגוף ההודעה המידע יהיה על 'מה', ו'מדוע':  
'מה' – מהן תוצאות מחקר שעשיתם, מה יקרה באירוע המתוכנן, או מה תוכן החוק שיעלה להצבעה בכנסת).  
'מדוע' – מדוע תוצאות המחקר רלוונטיות לאוכלוסייה הרחבה, מדוע האירוע מתקיים דווקא עכשיו, או מדוע ההשלכות של החוק מסוכנות כל כך לציבור.

#### לדוגמה:

"הכנס יארח שורה של דוברים מובילים, בהם ד"ר מרים כהן, מנהלת מכון החברה המתקדמת, וג'ון סמית', מנכ"ל ארגון 'קהילה אחת'. המשתתפים יוכלו לקחת חלק במגוון סדנאות אינטראקטיביות ומעגלי שיח שיעסקו בנושאים כמו פתרון קונפליקטים, פיתוח יוזמות קהילתיות, והעצמה אישית."

### פסקה סוגרת

05

כאן ניתן להוסיף מידע רלוונטי נוסף או רקע שאיננו חיוני מספיק כדי להופיע במרכז ההודעה, אך נחמד יהיה אם העיתונאי יגיע אליו. לדוגמה – אם מדובר בעמותה או ביוזמה אקטיביסטית חדשה או בחיבור ייחודי בין גורמים שונים – זה המקום לכתוב עליכם.

#### לדוגמה:

"כנס 'היום זה אנחנו' מתקיים מאז שנת 2018 ומשמש זירה מרכזית לשיח חברתי בין פעילים, ארגונים ואנשי מקצוע. בשנה שעברה השתתפו בכנס מעל 1,000 איש, והוא הוביל למספר יוזמות קהילתיות בולטות."

### פרטים שלך ליצירת קשר

06

מאחר וסיקור עיתונאי כמעט לעולם לא יקרה רק על בסיס הודעה לעיתונות, חשוב להשאיר פרטי קשר כדי שתוכלו להמשיך לתקשר עם העיתונאי. סביב האירוע, ולממש את ההזמנה לסיקור.

#### לדוגמה:

"לפרטים נוספים ולראיונות, ניתן לפנות לדוברת הכנס, תמר לוי:

טלפון: 054-1234567

דוא"ל: tamar@conference.com"

## תבנית לכתיבת הודעה לעיתונות

### שמרו על קשר

שליחת ההודעה היא רק הצעד הראשון בהזמנת העיתונאי לקשר. כדי שאכן תתממש ההזמנה והסיקור יקרה, חשוב להקפיד על: **מהימנות**. בדקו שהמידע בהודעה שכתבתם אכן מאומת, והכתיבה בהירה, עובדתית ותמציתית. כתיבה מסולפת או מניפולטיבית שורפת אתכם כאנשי קשר מהימנים. **יצירת קשר אחרי שליחת ההודעה**. התקשרו או כתבו לעיתונאי. תזכרו אם ראו אותה, והזמינו אותה לבוא, לראיין ולסקר את הנושא.