

Разказ за НПО

Как да разказваме за работата на организацията си



Накратко:

Разказвайте за работата си експертно с:

- истории
- факти,
- резултати,
- емоция.

Общи насоки за съдържанието на разказа

Заглавия

Заглавието на разказа трябва да е кратко, интересно, привличащо, по същество и отразяващо същността на организацията и нейната работа. В много случаи е подходящо да има и подзаглавие, което допълва или пояснява заглавието. При по-дълъг текст използвайте и вътрешни заглавия – това прави четенето на текст по-лесно и обособява отделните моменти в разказа.

Контекст

1. Добре е, при възможност, гледната точка на Вашия разказ да минава през контекста на **актуални събития, проучвания, тенденции и социални проблеми**. Така неговата информационна стойност за медиите и широката аудитория се повишава.
2. Ще повишите информационната стойност на разказа, ако в него има кратък **анализ** на проблемите, изводи, препоръки и значението им за конкретни хора/общност. Експертните анализи по дадени теми са едно от нещата, заради което медиите най-много ценят и търсят НПО за коментари и мнения.

Проблеми

3. Посочете **проблема и обяснете защо решението на Вашата организация е добро и полезно**. Добре е да знаете, че колкото повече хора засяга даден въпрос или проблем, толкова по-голяма информационна стойност има Вашият текст. Не спестявайте проблемите, но запазете добрия тон.

Разбира се, гражданските организации **не съществуват само, за да решават проблеми, но и да създават нови възможности**. Това е друга отправна точка – върху какво (ново) работите и за кого е важно.

В един разказ не може да бъде разказано всичко за организацията, затова е добре фокусът да бъде върху едно от направленията, проблемите и задачите, по които работите.

Решения

4. Разкажете **какви решения предлага Вашата организация** на конкретен проблем или за създаване на нова възможност.

Разкажете какво е било преди Вашата намеса, какво е сега, за кого е важно. Защо точно Вие предлагате решение на проблема – какъв е Вашият опит и експертност? Тук има място да разкажете накратко и за Вашата история и опита, който имате по въпроса. Използвайте като доказателство достоверни факти, които лесно могат да бъдат проверени (най-добре е да поставите и линк към източника на информация), данни, конкретни постижения. При регионални публикации е важно използваните статистически данни/примери/истории да бъдат също местни или регионални, а в идеалния случай – сравнени с тези за други региони.

Човешки истории и други доказателства

5. Разкажете **човешки истории** от работата на организацията Ви, използвате истински житейски примери, за да покажете как Вашата организация работи/решава проблеми, помага на хора, животни, природа и пр. Не са необходими съзливни и драматични истории, а по-скоро **истории на надежда**, с добър край (резултат от работата на организацията Ви) истории, показващи проблема преди и след, илюстриращи също Вашата експертност. Разказвайте личните истории така, че винаги да **запазвате достойнството на хората и при строго спазване на правилата за защита на деца и хора в уязвимо положение**. Много полезна информация по този въпрос се съдържа в наръчника на УНИЦЕФ и Асоциацията на европейските журналисти - [Етично отразяване на деца в медиите](#).

6. Ако наскоро сте спечелили някаква **награда**, сертификат, грамота, която има отношение към темите, по които работите, споделете, но без високопарност.

Общи насоки за оформяне на разказа

7. Поддържайте архив с **качествени снимки** от вашите инициативи. Разказите Ви ще оживеят с тях, **когато добавите точните снимки на точното място в текста**. Важно е под снимката да обясните с кратко изречение кой и какво има на нея. Ако имате звукови файлове и видеа, добавете ги на подходящите места. Когато вграждане в текста не е възможно, просто посочете линк. Текстът обаче не бива да се претрупва с линкове, защото това е своеобразна покана читателят да напусне текста Ви и да отиде някъде другаде. Сложете само тези, които наистина допринасят за убедителността на разказа, а не отвличат вниманието към други теми и сюжети.

Важно! Ако ползвате снимки или данни от **външни за Вас източници**, винаги ги посочвайте с линк и автор! Ако има **цитати** в разказа, откроявайте ги – например в *курсив (italic)* – това също помага за по-лесното четене на текста онлайн. Винаги пояснявайте кого цитирате с името и длъжността на човека. Етичното боравене с лични данни и зачитането на авторското право е индикатор за професионализма на организацията.

8. Направете акценти на важните моменти в разказа с **получер шрифт (bold)** – още един трик за по-лесно четене на дълъг текст. Направете така акцентите, че ако човек няма време да чете целия разказ, само минавайки през тях, да се ориентира за какво става дума.

9. Съобразете **обема на текста** спрямо медията, за която е предназначен разказът. По-кратки текстове за социалните медии, по-изчерпателни за Вашия сайт или за друга медия. Много хора ще Ви кажат, че никой в днешно време не чете дълги текстове. Това не е съвсем вярно – според тематиката много медии публикуват по-дълги материали, търсят се анализи, споделяне на знания и опит, обзорни текстове и др. При нас на НПО Портала винаги сте добре дошли с подробен текст, защото търсим задълбочени статии, които предават знанието на гражданския сектор. Има толкова натрупана история и полезна информация, която не бива да остава само за тези, които са я създали и преживели. Обемът на разказа изцяло зависи от съдържанието, което предлагате. Когато има силна аналитична част, най-вероятно текстът Ви ще бъде по-дълъг. При по-сложни теми е възможно да разделите разказа си на две или повече части. Ако планирате разказът Ви да бъде публикуван в конкретна медия, можете да попитате редакторите какъв обем би бил най-подходящ.

Език и стил:

10. **Пишете на ясен, „човешки“ език.** Винаги „превеждайте“ специфичната експертна терминология на разбираем език. Обяснявайте абривиатурите, дори да Ви струва, че всеки ги знае. Най-добре е при първото споменаване, например Държавна агенция за закрила на детето, да изпишете след името абривиатурата в скоби – (ДАЗД). След това вече спокойно използвайте само ДАЗД. Пазете се от скучния административен стил, той не е показател за професионализъм. Човешкото говорене е най-сигурният начин да стигнете до сърцата на хора от различни възрасти, професии и интереси. Това не означава говорене и писане на езика на улицата, а напротив – литературен език, с по-малко чуждици и професионален жаргон, без клишета.

11. Преди публикуване може да дадете текста за изчитане от човек, който не знае нищо за вашата организация и така проверите дали за него той е ясен и интересен.

11. Преди публикуване, проверете поне веднъж за **граматически и стилистични грешки**. Дайте текста за проверка и мнение и на Ваши колеги, а още по-добре – на човек, който не знае нищо за Вашата организация, за да проверите дали за него той е ясен и интересен.

xxx

Разкази за граждански организации от цялата страна, писани от кореспондентите на НПО Портала, можете да намерите в рубриката ни [Разкази за НПО](#).

А на този линк можете да намерите нашите уроци за създаване на кратки [видео разкази](#).