

„Relacje z mediami”, Irv Schenkler, Tony Herrling

Autor recenzji: Karol Schwann

Wydawnictwo: Wolters Kluwer

Rok wydania: 2009

Kontakty z mediami nie muszą się ograniczać do przesyłania komunikatów prasowych, a osoba odpowiedzialna za nie ma do wyboru wiele narzędzi i kanałów komunikacji. Irv Schenkler i Tony Herling starają się w swojej książce pokazać, jak z tych narzędzi umiejętnie korzystać.

Do głównych zalet ich wykładu należy zaliczyć prosty język i przystępność w wyjaśnianiu zagadnień związanych z obszarem media relations. Nie trzeba znać specjalistycznego języka, aby przyswoić informacje zawarte w publikacji. Procesowi temu sprzyja także przejrzysty układ książki, w której kolejnych rozdziałach omówiono: podstawowe kanały komunikacji z mediami, sposoby opracowywania przekazu dla mediów, skuteczne wykorzystywanie środków przekazu, kwestie współpracy z agencjami public relations. Autorzy poinstruowali również jak w prawidłowy sposób odpowiadać na pytania dziennikarzy i jak udzielać wywiadów. W publikacji poruszono kwestię relacji z mediami finansowymi i inwestorami. Interesujący jest również rozdział o komunikacji z mediami w sytuacjach kryzysowych.

Z książki dowiedzieć się można także jak planować konferencje prasowe oraz jak inicjować i rozwijać relacje z dziennikarzami. Podawane informacje są wzbogacone o liczne przykłady.

W rozdziale poświęconym prowadzeniu relacji z mediami finansowymi autorzy podają przykłady amerykańskiego ustawodawstwa dotyczącego publikowania wyników finansowych oraz wskazówki przyjęte przez Financial Accounting Standards Board. Szkoda, że polski wydawca książki nie postanowił uzupełnić jej o wiadomość o sytuacji prawnej dotyczącej publikowania informacji finansowych w naszym kraju i przyjętych na tę okoliczność standardów.

Mimo tego mankamentu książka jest warta polecenia zwłaszcza osobom, które muszą szybko przyswoić wiedzę dotyczącą kontaktów z mediami. Informacje zawarte w omawianej książce da się przyswoić szybko i łatwo. Jak wynika z powyższego spisu, publikacja ta zacieka

osoby zajmujące się dziedzinami takimi jak media relations, investor relations oraz crisis management.