

PROJEKTIJUHTIMINE  
kommunikatsioon,  
ürituste korraldamine  
TTÜ 30.nov 2015

EEVA KIRSIPUU-VADI  
eeva.kirsipuu@gmail.com

Peipsi Koostöö Keskus

## TÄNASES LOENGUS:

- Projekti sisene (sh koosoleku juhtimine) ja väline kommunikatsioon (sh pressiteate koostamine)
- Seminari, sündmuse korraldamine

## Informatsioon ja kommunikatsioon

- **Informatsioon** on igasugune kirjalik, suuline või visuaalne teave, mida edastatakse kommunikatsiooniprotsessis
- **Kommunikatsioon** on ühe- või kahe-suunaline informatsiooni edastamise protsess
- **Ühesuunaline** kommunikatsioon - informeerimine; sihtgrupile edastatakse teave tagasisidet eeldamata. Projektides muuhulgas oluline laiemal üldsuse informeerimine.
- **Kahesuunaline** kommunikatsioon - informatsiooni saajalt eeldatakse reageeringut. S.o. informatsiooni mõistmine, vahetamine, jagamine, suhtlus, sotsiaalne käitumine ning vastastikune mõjutamine.

## Kommunikatsioon

Kommunikatsiooni sisu:

- asutusesisene informatsiooni edastamine - **sisekommunikatsioon**
- teabe edastamine asutuse välistele sihtgruppidele (partnerid, toetajad, meedia jne) - **väliskommunikatsioon**

Projektijuhtimise seisukohalt olulised mõlemad

Kommunikatsiooni planeerimisel on oluline:

- tunda informatsiooni **vastuvõtjat** ja tajuda tema mõtlemisviisi;
- esitada informatsioon vastuvõtjale arusaadavas sõnastuses ja kohases detailsuse astmes;
- anda märku soovist saada tagasisidet

Organisatsiooni edukusele aitab kaasa **kommunikatsiooni teadlik planeerimine.**

## Sisekommunikatsioon

s.o. organisatsiooni sisene teabevahetus.

Hea sisekommunikatsioon

- parandab igapäevast (koos) tööd asutuses, dubleerimise vältimine
- toetab asutuses toimuvaid muutusi
- toetab org-i eesmärkide saavutamist

Organisatsiooni liige tunneb end vajalikuna, väärtustatuna, informeerituna.

Sisekommunikatsioon on osa organisatsiooni juhtimisest (st vastutajaks asutuse juht)

## Sisekom. kanalid, vahendid

Sobivad kanalid valitakse vastavalt organisatsiooni eripärale (suurus, infokanalite kättesaadavus)

- Otsesuhtlus
- Telefonikõne, Skype, FB jm
- E-post, postiloendid
- Sotsiaalmeedia grupid
- Sise(aja)leht, uudiskiri (paberil, elektrooniline)
- Teadetetahvlid
- Siseveeb (sh dokumendid, pildid, foorumid, kalendrid)
- Ühisüritused (koolitused, motivatsiooniüritused)
- Koosolekud (töötajate, juhatuse koosolekud)

## Koosolekud

**Koosolekud** - oluline efektiivse kommunikatsiooni tagamise vahend projektiga seotud isikute ja gruppide vahel; projekti koordineeriv roll.

Eeldused: koosolek on eesmärgistatud, hästi ettevalmistatud ning efektiivselt läbiviidud.

Traditsioonilised vs virtuaalsed (Skype jms) koosolekud

Projekti elluviimisel nt töögruppide koosolekud, juhtkomitee koosolekud

ÜLESANNE

Planeeri koosolek projektitaotluse koostamiseks.

Mida on vaja edukaks koosolekuks (ca 3-4 märksõna)?

# Koosolekud

## Planeerimine:

- Mis on koosoleku eesmärk? Mida tahetakse saavutada ehk mis oleksid koosoleku mittepildamise tagajärjed?
- Milline peaks olema päevakord? Millised on teemad, nende järjekord, eraldatud aeg?
- Kes peaks osalema?
- Mis ajal ja kus toimub? (kokkuleppimisel hea vahend [doodle.com](http://doodle.com))
- Kes koosolekut juhatab ja kes protokollib?
- Missugune peab olema osalejate ettevalmistus?

# Koosolekute korraldamine

## Eelteavitamine:

- koosoleku kuupäev, kellaaeg ja toimumise koht (v.a. Skype)
- päevakord
- osalejad
- koosoleku juhataja, protokollija, ettekandjate nimed
- vajalik ettevalmistus
- kirjalik materjal

## Ettevalmistamine:

- edastage kõigile asjakohased materjalid; koosoleku ajaks teha vajalikest dokumentidest osalejatele koopiad
- kontrollige üle ruum ning tehnilised vahendid
- vaadake üle eelmiste koosolekute protokollid
- kontrollige eelnevalt osalejate valmisolekut ning vajadusel saatke teistkordne meeldetuletus

## Koosolekute korraldamine (2)

### Koosoleku läbiviimine

- avamine, sh osalejad/puudujate vabandused
- eelmise koosoleku protokollist tulenevad küsimused
- ettekanded
- ettepanekud
- otsused edasiste tegevuste kohta
- muud küsimused
- lõpetamine, sh järgmise kohtumise aeg

### Protokollimine

- kirjutage kõigile nähtavalt üles iga päevakorrapunkti all saavutatud tulemused
- pange kirja ideed, eriarvamused, otsused, otsuste toetuse ulatus
- pange kirja otsustest tulenevad tegevused - kes teeb, mis ajaks jne

## Koosolekute korraldamine (3)

### Protokollimine (jätk)

- vormistage protokoll peale kohtumist nii kiiresti kui võimalik
- enne protokollil lõplikku vormistamist laske seda kontrollida vähemalt ühel osalejal
- edastage protokoll kõigile kohal viibinutele ja määrake tagasisideks (parandused, eriarvamused) tähtaeg
- peale protokollil kinnitamise edastage see teistele huvitatutele ning ka neile, keda koosolek kohustas täitma mingi ülesande, kuid keda koosolekul ei olnud

### Koosolekutega seotud probleemid

- AEG: koosoleku algus hilineb, koosolekud venivad, aeg saab otsa enne päevakorra ammendumist
- OTSUSED: ei tehta otsuseid, otsustele ei järgne tegevust
- OSALEJAD: segadus teema või oma osaluse vajalikkuse osas; vähene aktiivsus; puudumine

## Väliskommunikatsioonikanalid

- Otsesuhtlus
- Telefonivestlus
- Listid – e-kirjad
- Koduleht
- Sotsiaalmeedia
- Trüki-, elektroonne meedia (ajalehed, ajakirjad – üleriigiline/kohalik; lai sihtgrupp, erialane väljaanne)
- Projekti infoleht
- Raadio, TV
- Üritused

## Suhtekorraldus

**Suhtekorraldus** on kommunikatsiooni juhtimine (nii planeerimine kui toimimine)\_organisatsiooni ja tema sihtgruppide vahel.

Organisatsiooni edukusele aitab kaasa **kommunikatsiooni teadlik planeerimine.**

Otstarbekas on koostada kommunikatsiooniplaan (aluseks asutuse missioon, eesmärgid, sihtgrupid)

# Meediasuhted

Meediasuhted on projekti koostisosa ja see töö tuleb sisse planeerida juba taotluse kirjutamise ajal.

Kaasamine massimeedia vahendusel:

- Organisatsiooni või projekti sihtrühmade väljaselgitamine
- Sihtmeedia määratlemine

**! Meediakajastuste planeerimisel tuleb arvesse võtta meediakanalite spetsiifikat**

## Meediaplaan aprill

<i>Kuupäev</i>	<i>Üritus</i>	<i>Vastutav projektijuht</i>	<i>Meediaaktsioon ja ülesanded lisaks pressiteadetele, FB-le, listile</i>
1.04	GEF seminar	Margit	Kati võtab ühendust Vikerraadioga
4.04	Ida-Viru omavalitsuste kohtumine Peipsi turismitplaneeringu väljatöötamiseks	Eilika	Kati võtab ühendust Vilja Kohleriga
8.-9.04	Loodusõpetajate täiendkoolitus I (Alatskivil)	Kärt	Kärt võtab ühendust Toomas Jüriadoga (Eesti Loodus), Kati – Õie Arusooga (ETV Osoon)
14.04	Peipsi Nõukogu asutav kogu Põlva maavalitsuses	Eilika	Kati võtab ühendust Põlva Koiduga, Kati-Eilika artikkel Peipsirannikus Terevisioon



## Eri meetodid ajakirjandusega suhtlemiseks:

- Kaastöö (uudislugu, arvamusartikkel, hariv artikkel, intervjuu, fotoreportaaž, videolugu vm)
- Intervjuu andmine
- Kiri toimetajale, lugejakiri
- Isiklik kontakt
- Pressikonverents
- Pressiüritus
- Pressiteade
- Eelinfo

## Proaktiivsed ja reaktiivsed meediasuhted

### Proaktiivne

**Organisatsioon** teavitab omal initsiatiivil (pressiteade, pressikonverents, meedia kutsumine üritustele, arvamuslugu, lugejakiri jm)

### Reaktiivne

**Meediakanal** teavitab omal initsiatiivil (vastamine päringutele, intervjuud, ekspertkommentaar)

## Pressiteade

- Ajakirjandusega suhtlemise võtmesõna on **UUDIS** - pressiteade väljendab uudislikku sõnumit
- Pressiteated on suunatud **AJAKIRJANIKELE**, mitte suhtekorraldajatele, klientidele jne

### Uudise kriteeriumid:

- Päevakajalisus
- Mõjusus, olulisus, kasulikkus
- Geograafiline ja emotsionaalne lähedus
- Värskus (24h)
- Konfliktisus
- Meelelahutuslikkus
- Erakordsus
- Prominentsus

## Pressiteate ja uudise erinevus

<b>PRESSITEADE</b>	<b>UUDIS</b>
Enamasti ühe poole arvamus	Enamasti kahe poole arvamus
Võib olla faktidel põhinev või hinnangut andev	Edastab infot, ei anna hinnangut
Meedia huvi tekitav või probleemide korral huvi ennetav; sisaldab kontaktisikute andmeid	Uudised kajastavad üldjuhul probleeme

## Uudisekännise ületamise kõrvaltegurid

- Väljaande ja auditooriumi iseloom ja suunitlus
- Väljaande omanike mõju
- Uudiste hulk konkreetses numbris
- Meediakanali võimalused uudiste hankimisel väljaspool kodulinna
- Uudise iseloom
- Ajakirjanike ettevalmistus ja eelistused
- Allikate surve
- Uudise toimetusse saatmise aeg
- Suhted uudise koostajaga

## Pressiteate struktuur ja formaat

Pressiteade peab vastama teatud kokkulepitud standardile, see ei ole essee ega koolikirjand

- organisatsiooni logo või andmed
- kuupäev
- pealkiri
- sissejuhatus – olulisim osa!
- teemat arendavad lõigud
- koostaja kontaktandmed

**Sissejuhatus** peab äratama huvi ja andma põhiinfo, st olema kasutatav ka omaette uudisenupuna. Reeglina ei tohiks olla pikem kui 25 sõna (kaks lauset).

NB! Mitte kasutada keerukat erialakeelt, kui kommunikeerutakse avalikkusega.

Pressiteade peab andma vastused kuuele põhiküsimusele:

1. **KES?**
2. **TEEB MIDA?**
3. **KUS?**
4. **MILLAL?**
5. **MIKS (SEE ON OLULINE)?**
6. **KUIDAS?**

## Näide

- Kes RAHVUSVAHELINE VÕLUTOODETE FIRMA "POTTER"
- Teeb mida AVAB EESTIS ESIMESE KAUPLUSE
- Kus TARTUS KAERA TN. 6
- Millal 5. OKTOOBRI 2010
- Miks "POTTER" RAHULDAB LÕUNA-EESTI TURU VAJADUSE
- Kuidas SELLISTE DEFITSIITSETE KAUPADE JÄRELE NAGU LENDAVAD VAIBAD, VÕLUKEPIKESED, NÕIDUMISRAAMATUD JA MUU TAOLINE.

## SISU

- Täpsus, lühidus, selgus, sisutihedus (mitte üle 1800 tähemärgi)
- Fakt ja kommentaar hoitagu lahus
- Objektiivsus on oluline
- Keel ja stiil olgu korrektsed (sh nimed õigesti kasutatud)

## VORM

- Kujundus
- Lühendid
- Kontrollige pressiteadet enne väljasaatmist
- Ärge unustage lisamast kuupäeva, kontaktandmeid
- Võimalusel lisage viidet, kust saab loo illustreerimiseks fotosid või pange foto kaasa

## Veel nõuandeid

1. Enne kirjutamist MÕELGE, mis on uudis, mida te tahate sellega öelda ja kes on sihtrühm?
2. Pange kirja kõik, mida asjast teate
3. Visake välja kõik ebaoluline
4. Järjestage ülejäänud vastavalt pressiteate struktuurile
5. Kirjutage mustand (või mitu mustandit). Iga lõik moodustagu omaette terviku, nii et lõike välja jättes jääb sõnum püsima. Ajakirjanikud lühendavad tavaliselt uudiseid, lühendatakse aga lõpust. Seega olulisim sõnastada alguses.
6. Kontrollige fakte, arve, nimesid, õigekirja

## Veel nõuandeid

7. Võimalusel valmistage ette pildimaterjal (kas teil on olemas piltide kasutusõigus?)
8. Valmis pressiteade laske kellelgi (kolleegil) üle lugeda. Kas tekstist saab aru ka erihariduseta lugeja (pole kasutatud keerulist erialakeelt, kantseliiti)

## Kellele saata pressiteadet?

- Koostage endale meediaväljaannete kontaktidest nimekiri
- Ärge unustage erinevaid teemakohaseid portaale (keskkonnateemade puhul: [bioneer.ee](http://bioneer.ee), [greengate.ee](http://greengate.ee))
- Valige pressiteatele (teema, sündmuse asukoht, meediaväljaande eripära) vastavad väljaanded ja saatke pressiteade e-kirjana välja sündmuse toimumise hommikul; eelifona 7-3 päeva varem

# Praktiline ülesanne 1

Lugege läbi Keskkonnaministeeriumi 27.oktoobri 2010 pressiteade

Hinnake,

- kas vastab pressiteate kriteeriumitele?
- head-vead?
- parandusettepanekud?

## Nõuandeid suhtluseks ajakirjanikega

- Kokkulepped sõlmige enne intervjuud
- Valmistage end korralikult ette, mõelge soovitud sõnum täpselt läbi!
- Kui ei saanud küsimusest aru, paluge korrata ja täpsustada
- Vastake ausalt ja täpselt.
- Olge avatud, viisakas, rahulik ning loomulik.
- Kontrollige oma mõtteid ja väljendusviisi! (Tean, mida räägin, mitte räägin, mida tean). **Rääkige asjadest, mida teate, millesse usute ja milles olete veendunud.**
- Püüdke mitte ärritada, ka siis, kui küsimused on ebameeldivad.
- Teavet hankides teeb ajakirjanik oma tööd. Aidates teda loote eelduse püsivaks positiivseks suhteks meediaga!

## Intervjuu raadiole

Kõik, mis öelda on, tuleb võimalikult täpselt ja ilmekalt sõnastada (žestid ja miimika juttu ei toeta).

- Ära teoretiseeri, too näiteid elust.
- Kasutades märkmeid, ära sahistu paberitega.
- Ära trummelda sõrmedega, näpi mikrofoni ega tekita muud müra.
- Räägi selgelt ja loomulikult.

Teadmiseks: kui tegemist ei ole otse-eetriga, võidakse ajakirjaniku küsimused välja lõigata. Tõenäoliselt lühendatakse ka vastuseid, sh oht kontekstist väljaminek. **Oluline on varem läbimõeldud sõnumi edastamine ka ilma ajakirjaniku suunavate küsimusteta.**

## Intervjuu TV-le

- Teles esinemine eeldab sõnumi edastajalt tunduvalt suuremat pühendumist ja ettevalmistumist. Iga eksimus talletatakse lindile ja soovi korral saab ajakirjanik seda kasutada esineja vastu.
- Telesse ei ole soovitatav lasta esineda mitte oskavat, kuigi väga andekat spetsialisti. Üldmulje kujundatakse massiteadvuses tavaliselt emotsioonide tasandil – kas rääkija on sümpaatne inimene või ei.
- Ole positiivne ja loomulik
- Vaata pigem otsa intervjuueerijale kui kaamerasse.
- Räägi lihtsalt, selgelt ja normaalse tempoga.
- Ära alahinda korrektse väljanägemise olulisust.



## Praktiline ülesanne 2

Koosta pressiteade:

- **Multimeediaprogrammi** “Konnapiilgul mööda Emajõe” **esitus** Tartu Keskkonnahariduse Keskuses 14.detsembril kell 15.

Taustinfo: CD-l õppeprogramm tutvustab vee- ja luhaelustikku ja on ennekõike mõeldud kasutamiseks koolides ja looduskeskustes; ca 20 minutit pikk, sisaldab tekste ja fotosid ning viktoriine. Autorid: Arne Ader, Urmas Tartes  
 Programm valmis Peipsi Koostöö Keskuse algatusel SA KIKi ja Hasartmängumaksu Nõukogu toetusel.

## ÜRITUSTE KORRALDAMINE

Rahvusvahelise seminari, konverentsi kavandamine

- eesmärk
- sihtrühm
- aeg ja koht (atraktiivne, hea ligipääsetavusega asukoht)
- eelarve
- vajadused

## Inimressurss

### Ürituse ettevalmistamise ajal:

Projektijuht, assistendid, raamatupidaja, vajadusel PR-spetsialist, tõlkijad

### Ürituse läbiviimise ajal lisaks projektimeeskonnale:

- päeva juht, moderaator
- abilised:
  - osalejate registreerimise ajaks
  - väliskülaliste saatjad (vastuvõtt lennujaamas, majutusasutusest seminarikohta)
- tõlgid
- fotograaf
- esinejad
- töögruppide juhid

## □ Tegevused Ettevalmistamine

### □ Päevakava koostamine

- soovitusel: ära planeeri üle, kuid hoia tempot pikad loengud päeva I poolde, lühikesed II poolde lõppu üllatusesineja, eriti atraktiivne esineja kui midagi müüakse, anna sellest osalejatele enne teada (sularaha)
- Esinejatega läbirääkimised ja päevakava lõplik viimistlus
  - kui üritus kestab üle 1 päeva, siis mis on õhtused tegevused?
  - eraldi tegevused väliskülalistele, a la linnaekskursioon
- Ruumide, tehnika broneerimine – tutvu realselt kohaga, et näha, kas tegelikkus vastab vajadustele
- Info levitamine, osalejate registreerimine
- toitlustuse tellimine (erivajadused)
- (artiklite koondamine, toimetamine, tõlkimine, ettevalmistus trükiks)

## Tegevused (II)

- Nimesiltide, pastakate, materjalide kottide, kaante vms valik, tellimine
  - Tänukingid esinejatele
- NB! Projektitoetuse korral üldjuhul vajalik teenuste, asjade ostuks 3 hinnapakkumise võtmine
- Tagasisidelehe ettevalmistamine
  - Pressiteate koostamine, eelinfo edastamine meediale
- Läbiviimine
    - pressiteate edastamine, meediasuhtlus
    - ürituse edukas toimumine, sh rahastaja visuaal nähtaval, fotod sellest
    - hilisemad kokkuvõtted aruteludest

## Vajalikke dokumente

- ürituse kava
- logistikainfo (majutus, transport, linnakaart, viisakutsed)
- ettekanded, artiklid (ettekanded Internetti vs kogumik paberandjal)
- vorm seminarile registreerumiseks
- registreerimisleht allkirjade andmiseks
- suunaviidad
- rinnasildid, suured päevakavad
- tagasisidelehed
- juhised esinejatele
- (tunnistused osalemise kohta)

NB! Rahastajate lood dokumentidel

## Abimaterjal algajale konverentsikorraldajale

---

- E.Kivinukk „Kuidas korraldada konverentse ja viia läbi arutelusid?“, EMSL 2011
- Vt kaasavate meetodikate kirjeldusi