

ОБЩУВАНЕТО С МЕДИИТЕ - СТРАТЕГИЯ, СРЕДСТВА, ПОСЛАНИЯ

СТРАТЕГИЯ:

Да приемем безусловното клише, че медиите са четвърта власт, че са наблюдател и коректив на всички обществени, политически, стопански, културни процеси. Трябва да сме наясно, че журналистите почти никога няма да направят това, което ние искаме. Те имат свои приоритети, най-често диктувани от изданията, от политически или корпоративни интереси. За това и трябва да бъдат познани техните цели, особеностите на всяко издание и да се работи премислено за включването на нашата информация в тях.

Не е случайно, че новинарите търсят и предпочитат „лошата“ новина, тя продава, тя е лесна и сензационна. Наблюденията показват, че политиците вече са усвоили тази особеност и често, само за да влязат в медийния обектив, тръгват с подобна вест, за да бъде последвана и от послание, на което държат да стигне до широката аудитория. Така че един от елементите на стратегията при общуването с медиите е да не се боим от нежелана информация, да допуснем даже неточни данни, за да има шанс спокойно и съдържано да бъде поднесена истинската фактология.

В журналистическата теория и практика няма спор по две основни положения – вие трябва да бъдете инициативни в подхода си към медиите. Срещайте се често с журналистите и редакторите от местния печат, радио и телевизия. Давайте им актуална и интересно поднесена информация за своята дейност и постижения, обсъждайте с тях проблемите – това е началото на пътя, който трябва да започва с доверие.

При всяка среща с журналисти добре е всички данни, новини, проблеми да бъдат предоставяни в писмен вид – това спестява неточности и предотвратява спорове.

Задължително е съобразяването със спецификата на отделните медии, кратките новинарски радио или телевизионни емисии не са място за дискусии или спорове – те са повод за вашата заявка за участие в публицитични или специализирани предавания, от които се нуждаете и можете да извлечете полза.

Може да се мисли за регулярно издаване на кратки печатни материали, с повече снимков материал, с нови данни, с богата сервизна информация, която да облекчава общуването с журналистите- те ще оценят това, като предоставянето на подобен тип материали, дипляни, брошури, прессъобщения може да е подходящ

2011-2012

www.rotarydistrict2482.org

повод и за регулярна среща. Популярната фраза „нахранете журналистите” в случая е съвет да бъдат захранени с информация, която винаги ще е от ваша полза.

КОМУНИКАЦИОННИ СРЕДСТВА

Най-ефикасният подход за връзка с обществеността е личният контакт с журналистите. Поддържайте регулярно добри, делови контакти с тях. Добре е да бъдат предвидени внимателно и хората от вашата фирма, от вашия офис, които могат и ще дават информация за медиите, най-добре това да е лично задължение на ръководителя на фирмата. Задължително е добро и точно познаване на спецификата на всяка медия, нейната структура, видове емисии и рубрики, за да бъде диалогът професионално ориентиран, и което е важно – инициран и контролиран от вас. Да напомним правилото, че ефективните комуникации винаги са признак на сила – признак, че разбирате проблема и от ваша, и от медийна гледна точка и така имате контрол върху него. Известно е, че ефективната комуникация не се гради върху реакции, върху внезапно хрумнали намерения – ако реагирате, вместо да действате предварително, изпреварващо, т.е. ако не поемате инициативата, вие просто вече се съобразявате с правилата на някой друг.

Ефективните комуникации са опит да бъде разбрано, а не опит да бъде обяснявано нещо- ваш проблем, новост или несполука. Поставете се на мястото на другата, на отсрещната приемаща страна и ще разберете ефекта на този съвет.

Има азбучни истини, когато говорим за комуникационни средства:

- ✓ Едно послание, което искате да стигне до аудиторията, трябва да бъде ясно, кратко и стегнато. За да бъде запомнено, това послание трябва да бъде повтаряно често и последователно. Казано веднъж, не означава, че е чуто!
- ✓ Трябва да познавате и да се съобразявате с аудиторията, с която комуникирате, като спестявате евтини, популистки елементи в общуването.
- ✓ Случайните, редки контакти с медиите често водят до неосведоменост, която поражда апатия, съмнения, слухове, конфликти.

ПОЛЕЗНИ СЪВЕТИ ЗА РАБОТАТА С ЖУРНАЛИСТИ

Бъдете достъпни за журналистите, отговаряйте на техните обаждания и запитвания, канете ги на работни срещи, предоставяйте копия от взети и важни за вас решения.

Трябва да сте наясно, че журналистите имат право и обичат да задават всякакви въпроси– съобразете се с това положение и бъдете готови с няколко отговора.

2011-2012

www.rotarydistrict2482.org

Мислете, не бързайте с отговорите, дръжте сметка за така наречените и често срещани в практиката „празни приказки”, видимо обикаляне на теми и проблеми – аудиторията вече е свръхчувствителна към това, за това и много често всяка излишна дума или фраза е преповтаряна и използвана с обратен знак. Мисленето на глас не е начин за общуване с медия, независимо дали е „на живо”, на пресконференция, в публицистично предаване или в случаен и неформален разговор.

Ако се наложи корекция на невярно поднесени в пресата факти, направете го съдържано, само с точна, изчерпателна информация, без признаци на раздражение или критичност. Задължително е контролирането на емоции. Всяка ваша проява, всеки контакт с представители на медии, репортери, редактори, главни редактори трябва да излъчва увереност и добронамереност.

Никога не искайте услуга от журналисти. Ако поднесената от вас информация е отпечатана коректно, не се обаждайте, за да благодарите – това може да бъде тълкувано като излишна сервилност.

Бъдете наясно със сроковете на работа във всяко издание, печатно или електронно, вие трябва да предвидите кога да поднесете информацията, за да бъде актуално.

Не си създавайте любимци сред журналистите, това създава винаги ненужно напрежение. Отнасяйте се равнопоставено към всяка медия.

ПРОБЛЕМИ С МАТЕРИАЛА И РАБОТАТА С ЖУРНАЛИСТИ

Отпечатан, публикуван или излъчен материал винаги може да се окаже различен от онова, което си представяте. Не е изключено да бъдете изненадани и с отрицателна трактовка. Ако това се случи:

- ✓ не го приемайте лично;
- ✓ отнесете се съдържано, не реагирайте емоционално, във ваш интерес е само да изложите фактите спокойно;
- ✓ придържайте се към проблема, не коментирайте личности;
- ✓ не се бавете, справете се с проблема, преди нещата да излязат извън контрол-отрицателен материал може да предостави възможност за „контрол на пораженията”, не забравяйте това.
- ✓ Всъщност, поправете неточността в материала, не толкова журналиста...

ПРАКТИЧЕСКИ СЪВЕТИ В РАБОТАТА С МЕДИИТЕ

Добре е да предвиждате регулярни срещи - при тях всеки път поставяйте и създавайте новинарски акцент на проблема, който поднасяте. Не забравяйте, че

2011-2012

www.rotarydistrict2482.org

всяка медия търси най-напред новината, каквато и да е, тя е уловката, път към слушателя, зрителя, читателя.

Старайте се да снабдявате журналистите освен с писмена информация и с ефектен снимков материал, с интересни кадри – често това решава съдбата на вашето послание.

Не забравяйте, че ако не сте „на живо” в електронните медии, всяка вестникарска публикация е възможно да бъде орязана, фризирана. Единственият начин това да бъде превъзможнато е вие да изразявате вашето послание в не повече от три основни, опорни точки. Започнете с най-съществената, прибавете останалите- не повече от две.

Преди да потърсите или поканите журналисти, нахвърлете накратко, в писмен вид онова, което искате да кажете- с не повече от три основни идеи. Не четете пред журналистите, създайте впечатление, че това, което искате да кажете, е премислено и достоверно. Бъдете кратки. Повтарянето на краткото ви послание също е част от ефекта. Не изпадайте в монолог, дайте възможност да ви зададат въпроси, каквито и да са те.

Когато сте пред камерите и микрофона, избягвайте технически и чисто работни термини, поправяйте коректно, с усмивка и лекота журналиста, когато допусне грешка в терминологията. Не отговаряйте на незададени въпроси.

Телевизионно интервю или участие в предаване на живо ви изправя пред допълнителни предизвикателства. Екранният образ е много въздействащ и може силно да повлияе, както положително, така и отрицателно, на начина, по който хората ще възприемат вас или вашето послание. Телевизията преувеличава външния вид, подчертава силните цветове на дрехи и бижута, което затруднява аудиторията да се концентрира върху посланието. Затова:

- ✓ Гледайте интервюиращия, а не камерата;
- ✓ Не четете;
- ✓ Включете хумор, подходящата шега е въздействаща;
- ✓ Усмихвайте се, излъчвайте увереност;
- ✓ Старайте се да не се почесвате или мърдате, това винаги е забележимо и пречи на идеята, не случайно и публиката, и професионалистите държат на „езика на тялото”;
- ✓ Показвайте заинтересованост към думите, към мислите на събеседника;
- ✓ Слушайте събеседника или водещия, „закачете” се за техни думи, доразвийте споменати факти и цифри от ваша гледна точка.