

Изграждане на капацитет за комуникации Разработване на информационни материали

София, 19-21.09.2022 г.

Изкуството да общуваме добре с медиите

**Мария Герганова,
Експерт Комуникации**

РАБОТА С МАСМЕДИИТЕ

➡ Преса

➡ Радио

➡ Телевизия



Проект "Възход", изпълняван от НСХУБ, управляван от ЕФХУ, финансиран от
Фондация СИТИ

ПРЕСА



Отпечатаната дума

- С помощта думите и графиките ние можем да предадем много повече информация отколкото чрез радиото или телевизията. Това е защото
- очите на хората могат да попият текста много по-бързо отколкото на някои е необходимо да го прочетат
- читателят може да се връща към части от материала и да прави сравнения и препратки
- читателят в по-малка степен е ограничен от време и място и може да поема информацията при собствено темпо

ПРЕСА



Отпечатаната дума

- Отпечатаната дума не може да се конкурира с радиото и телевизията по скорост на получаване на информацията, защото пресата трябва да редактира.
- Затова електронните медии се превърнаха в основните източници на „горещи новини“.
- Пресата започна да се концентрира върху отразяване в дълбочина и анализ на въпросите в по-голяма степен.
- Заключение: пресата е най-подходяща, когато искаме да разпространим обемна или сложна информация

РАДИО

Предимства:

- Достъпност
- Широк обхват и избор на аудитория
- Навременна доставка на съобщения

Недостатъци:

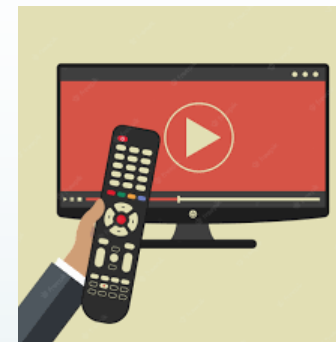
- Слабо внимание и фрагментация на съобщението
- Липса на визуален апел и ефекти
- Понякога – сложност при на закупуване време при националните станции





- Преимуществото му пред пресата или телевизията е, че дава възможност на слушателя да го използва без да спира работата си над други неща.
- Интернет радиото осигурява високи нива на внимание на слушателите и лесно достигане до определени целеви аудитории.
- Може да се комбинира аудио информацията в радиото с банерни информации или статия в уебсайта на станцията.
- Възможност: Много радиостанции и водещи търсят за интересни гости. Може да предложите интересен събеседник като гост-интервюист, който да предаде ваше послания или апел.

ТЕЛЕВИЗИЯ



- Доминиращата медия на днешното време
- Използвана от огромно мнозинство от населението
- Има способност да предава визуални образи директно
- Много бърза доставка на съобщението
- Има голямо влияние – може да създава и променя мнения и нагласи
- Възможност за ползване през интернет и телефон

ТЕХНИКИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ



Повтаряне

- Във всички дейности, имащи за цел убеждаване, трябва да повтаряме посланията, така че те да бъдат запомнени. Прекомерното използване на този подход би могло да доведе до т.нар. „ефект бумеранг“ („Бумеранг пропаганда“). Тогава получателят изцяло отхвърля ревностното убеждаване, а подателят на посланието губи правдоподобността си.

Символи

- Те винаги са били характерна черта на всички видове убеждаване. Поради своята простота, те се запечатват в паметта. Символите могат да бъдат под формата на емблема, лого, цвят, знаме или образи, представящи идеи, жестове, елементи от облекло и дори начин на живот

ТЕХНИКИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ

Нетрадиционно поднасяне

Тази техника е насочена към диференциране на посланието от фона. Тя често разчита на използването на оптически или звукови илюзии и на разчупване на традициите в обличането или стила на поднасяне.

Мода

При убеждаването ние или можем да се приспособим към определена мода, или сами да създадем такава (от гледна точка на облекло, употреба на разговорна реч и т.н.)

Отбрани цитати

Редактиране на цитати, за да ги обърнем в наша полза.



ТЕХНИКИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ

Подчертаване

Тази техника разчита на разполагането на посланието така че то да е по-силно от съседните послания от гледна точка на пространство или време. Това несъответствие между важност и значимост прави посланието по-отличително и увеличава кръга, до който то достига.

Смяна на темата

Просто полемично средство, за избягване от въпрос или дискусия, които не са благоприятни за посланието.

Слухове

Това е единствената техника, която трябва да се избягва при работа с електронните и печатните медии. Тя трябва да бъде разпространявана лично.



ТЕХНИКИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ

Подчертаване

Тази техника разчита на разполагането на посланието така че то да е по-силно от съседните послания от гледна точка на пространство или време. Това несъответствие между важност и значимост прави посланието по-отличително и увеличава кръга, до който то достига.

Смяна на темата

Просто полемично средство, за избягване от въпрос или дискусия, които не са благоприятни за посланието.

Слухове

Това е единствената техника, която трябва да се избягва при работа с електронните и печатните медии. Тя трябва да бъде разпространявана лично.



ТЕХНИКИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ



Стереотип

Създаване на опростен еднозначен емоционално украсен образ на явление, като се акцентира върху положителния или отрицателния аспект.

Слагане на етикет

Добавяне или заменяне на имена, придавайки им особен образ, който може да увеличи или да намали престижа или достоверността.

Прибързани заключения

Използват се, за да се обобщят или приключат споровете в наша полза.

ТЕХНИКИ ЗА УБЕЖДАВАНЕ



Използване на авторитетни и неавторитетни фигури

Използване на признати авторитети, които да засилят или омаловажат значението на определено послание. Авторитетът може да бъде личност, идеология или религия. Обикновено включва използването на цитати.

Идентифициране с публиката

Започване на посланието с формулиране на мнения, за които се знае, че са приемливи за присъстващите и привличане на вниманието към общото в мненията и опита с тези на публиката. "Аз съм точно като вас, аз идвам от същото място, аз имам същото мнение".

ПРАВИЛА ПРИ РАБОТА С МЕДИИ

ВИНАГИ БЪДЕТЕ ГОТОВИ

Контактът с медиите винаги е формален. Той винаги включва задължения и отговорности. Преди всяка среща с тях, трябва да си отговорим на въпросите:

- Защо се виждам с него?
- Каква е целта на този контакт?
- Какво искам да постигна?



Журналистите идват при нас поради една причина - те искат информация и коментари.

Ние сме техния източник на информация, някой, който ще им помогне да запълнят празна страница, някой, който ще произведе новина или ще коментира новина.

ПРАВИЛА ПРИ РАБОТА С МЕДИИ

Ние сами сме отговорни за успеха си

- ❖ Само от нас зависи дали срещата с журналист ще бъде просто интервю или възможност за нас.
- ❖ Разликата е фундаментална - по време на интервю журналистът просто задава въпроси, а ние отговаряме надявайки се, че той ще ни зададе въпроси, на които можем и искаме да отговорим.
- ❖ Ако искаме да променим характера на срещата, трябва внимателно да слушаме въпросите, така че отговаряйки им да им отнемем инициативата и да наложим нашите възгледи, независимо от намеренията на репортера.
- ❖ Трябва да вярваме в това, което говорим. Поради това, трябва да се подготвяме преди всяка среща с журналист.



ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ

ПОСЛАНИЕ

Посланието ни трябва да е просто, силно и ясно!

- просто, за да бъде разбрано от тези, към които е отправено
- силно, за да сме убедителни
- ясно, за да не оставим място за грешно тълкуване



Много важно е бързо да стигнем до същината, тъй като никога не можем да бъдем сигурни с колко време ще разполагаме, за да разпространим посланието.

ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ

ОБЩУВАНЕ С "ЕЗИКА НА ТЯЛОТО"

- ✓ Често пъти, това което казваме, е по-маловажно от начина, по който го казваме.
- ✓ Около 2/3 от нашето общуване е посредством жестове и езика на тялото
- ✓ Думите съставляват само около 1/3 от общуването между хората.



Ние нямаме втора възможност да създадем първо впечатление, а първото впечатление се създава в първите 60 секунди.

Именно поради това жестовете са толкова важни.

ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ

Визуален контакт

- ✓ Очите ни казват дали някой е заинтересован, срамежлив, заинтригуван и т.н.
- ✓ Визуалният контакт е началото на разговора, поради това е много важен.
- ✓ Ако не гледаме в очите и гледаме встрани, ние създаваме впечатление да недостоверност, за страхливост или пасивност.
- ✓ Най-добре е да се поддържате визуален контакт за 6-7 секунди, отколкото да гледате встрани, за да събиране мислите си и след това да се обръщане към слушателя. Така вашият визуален контакт е в крачка с разговора.



ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ



Изражение на лицето

- **Изражението на лицето може да предаде толкова информация, колкото и очите.**
- **Наведената глава, сключените вежди означават, че вие заемате отбранителна позиция.**
- **Стегнатите устни и вирнатата брадичка може да създадат впечатление за гняв или напрежение.**
- **Най-добре е да държите главата си изправена, веждите леко вдигнати, очите отворени и гледащи напред.**
- **Кимането и усмихването насърчават по-голяма откритост и създават по-приятна атмосфера.**

Проект "Възход", изпълняван от НСХУБ, управляван от ЕФХУ, финансиран от
Фондация СИТИ

ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ



Ръце и жестове

- Ако не знаете какво да правите с ръцете си, дръжте ги зад гърба си или ги поставете върху коленете си. Играта с ръцете създава впечатление за неспокойствие и отвлича вниманието.
- Не играйте с косата си, не въртете брачната халка на пръста си, не гризете ноктите си, не се чешете по главата, не си играйте с химикалката или с нещо друго. Ако правите нещо токова, показвате, че сте в стрес и това ще бъде използвано срещу вас от безцеремонен опонент.
- Позицията на вашето тяло и начина, по който си държите ръцете, би трябвало да внушава откритост. Кръстосването на ръцете предполага, че вие приключвате. Ръцете ви трябва да са отворени и раменете отпуснати.

Проект "Възход", изпълняван от НСХУБ, управляван от ЕФХУ, финансиран от
Фондация СИТИ

ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ

Глас

- ✓ Модулацията на гласа ви е важна.
- ✓ Не викайте.
- ✓ Говорете бавно и ясно, като избягвате да "ъмкате" и "ахкате".
- ✓ Не повишавайте тона на гласа си в края на изречението, тъй като това предполага въпрос.
- ✓ По-добре е в да понижите глас и тогава ще звучите решително.



КРИЗИСНА СИТУАЦИЯ

В тази ситуация вие трябва да изложите състоянието на нещата и да покажете пътя за излизане от кризата. Опитайте да бъдете този, който да произведе новината, а не да я оставите на медиите, ако това изобщо е възможно.

Проект "Възход", изпълняван от НСХУБ, управляван от ЕФХУ, финансиран от Фондация СИТИ

ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ

ЕЛЕКТРОННИ МЕДИИ

- Никога не закъснявайте
- Модулирайте гласа си, така че да е спокоен
- Използвайте кратки изречения
- Не си водете бележки в телевизионно студио
- Непрекъснато предполагайте, че камерата е насочена върху вас и че микрофонът е включен
- Не носете райе, контрасти дрехи, тежки бижута
- Не гледайте в камерата, гледайте интервюиращия
- Направете си сам тест – аудио или видео запис



ПОДГОТОВКА ЗА СРЕЩА С МЕДИИТЕ

Помнете:

Бъдете сигурни, че сте достъпни

Не използвайте негативен език

Не реагирайте импулсивно

Не скривайте каквито и да е факти

Не гадайте относно причините, ако не ги знаете

Не опитвайте да разпределяте вината

**Никога не спекулирайте, придържайте се към фактите,
ако не знаете нещо, признайте си**



Благодаря Ви за вниманието!

Мария Герганова

Експерт комуникации

За контакти:

E-mail: a4all@mail.bg

