

Дата: 10.10.2023

Група № 45

Урок № 95-96

Тема уроку: Основні правила спілкування зі ЗМІ

Мета: ознайомлення здобувачів освіти з правилами спілкування зі ЗМІ

Матеріали до уроку.

Ознайомитися з матеріалами уроку, написати конспект уроку.

1. Інтерв'ю не повинно бути випадковим

Якщо вам раптом запропонували "засвітитися" у ЗМІ, спочатку подумайте, чи необхідно це Вам. Чи відповідає цьому статус й аудиторія засобу масової інформації та чи вписується виступ в PR-кампанію, імідж Вашої фірми. Це стосується досить актуального питання життєздатності й професіоналізму PR-підрозділів. Як показує досвід, головним завданням більшості наших відділів по зв'язках із громадськістю або прес-служб є підготовка прес-релізів і пафосних замовлених статей, які пізніше з'являються під рубрикою "на правах реклами". Однак бажання позбавитися головного болю й "план по валу" в сфері зв'язків із громадськістю вкрай негативно позначається на публіциті організації, оскільки мають на меті догодити не громадськості, а керівництву компанії. Якщо ж у вашому PR-підрозділі працюють професіонали й при цьому Ви ніколи не давали інтерв'ю, зверніть до них. Не приймайте рішення одноосібно, виходячи винятково з міркувань власного престижу. Отже, визначте, наскільки серйозний пропонуваній вам інформаційний привід (як правило, у дев'яти з десяти випадків це буде банальне бажання заробити на Вас) і чи зможете Ви запропонувати (нав'язати) свій.

2. Створюйте професійний контекст

Десять коротких ділових коментарів по найбільш актуальних професійних і суспільних питаннях часто важливіше десяти широкомовних інтерв'ю. Такі коментарі легше підготувати, вивчити напам'ять й відрепетирувати інтонації.

3. Віддавайте перевагу безпосередньому спілкуванню з пресою

Безпосередність прямо відбивається на вашому іміджі. Будьте відкритим або створіть ілюзію відкритості - ваша репутація від цього тільки усталиться.

4. Зверніть увагу на підготовчу фазу інтерв'ю

Погодьте тему й попередній перелік питань для бесіди. Безпосередньо перед інтерв'ю поцікавтеся в журналіста, чим Ви могли б йому допомогти

(зрозуміло, у концептуальному плані), як він збирається подати думку. Це допоможе не тільки завоювати прихильність кореспондента, а й спрямувати бесіду в потрібне вам русло. Якщо Ви нечастий гість на сторінках друкованих видань й телеекранах, переконайтеся або дайте доручення своєму референту перевірити, чи правильно записав кореспондент Ваші прізвище, ім'я, посаду й назву організації, яку Ви представляєте. Крім того, намагайтеся скласти уявлення про особистість й індивідуальний стиль роботи журналіста (це завдання для фахівців вашого відділу по зв'язках із громадськістю, які повинні зібрати й проаналізувати досє про нього).

5. Якщо інтерв'ю, як кажуть, "не проплачено" і ваш інтерв'юер дійсно професіонал, який не працює за принципом "за ваші гроші - будь-яку забаванку", будьте готові до найгіршого розвитку бесіди

Заздалегідь проаналізуйте ті болючі точки, яких може торкнутися Ваш візаві. Не поспішайте з відповіддю на важкі й каверзні запитання. Витримайте паузу (порахуйте до п'яти) і, якщо не знайшли гідної відповіді, скористайтеся ухильною фразою типу "Вибачте, без коментарів", "Боюся, що у мене зараз немає фактів", "Незабаром ми дамо повну відповідь", "Співробітники нашої компанії саме вивчають це питання". При цьому не слід торкнутися, намагатися відвести співрозмовника (глядачів) від "слизької" теми. Не варто виявляти агресивність до репортера. Ваш девіз - доброзичливість і гідність.

6. Найбезглуздішою помилкою були б ваші коментарі "не для друку"

Не сподівайтеся, що хтось добровільно виключить камеру (диктофон) перед Вашими одкровеннями.

7. Якщо інформація, яку від Вас намагаються отримати, є конфіденційною, не лукавте й просто поясніть чому вона не підлягає розголошенню.

Скажіть правду. Напівправа - це напівнеправа, яка незабаром може обернутися проти Вас.

8. Висловлюйтеся чітко, по можливості уникаючи професіоналізмів

Ця нарада особливо актуальна, якщо Ваші слова почує або прочитає широка аудиторія. Крім того, корисно буде вставити у своє інтерв'ю кілька яскравих фраз, що запам'ятовуються (афоризмів), які підкреслять нестандартність вашого мислення.

9. Намагайтеся не нажити собі ворогів

Стримуйте своє бажання облити брудом конкурентів, дотримуйтеся правил хорошого тону.

10. Іноді корисно залучати фахівців Вашої компанії (наприклад, керівника відповідного підрозділу)

Передавши слово підлеглому, ви, по-перше, демонструєте свою демократичність і довіру до нього, по-друге, те, що у Вашій компанії кожний займається своєю справою.

11. Під час інтерв'ю виявляйте повагу до співрозмовника - його особистості й думки

Ідеальний варіант, коли після бесіди між вами встановлюються доброзичливі відносини. Особисті контакти в журналістському середовищі - річ далеко не зайва для топ-менеджера, який живе в інформаційну епоху.

12. Коли ваші зустрічі з представниками мас-медіа стають регулярними, зверніться за порадою до колег і близьких, які допоможуть Вам подивитись на себе об'єктивно

Якщо Ваш образ залишає бажати кращого, найміть досвідченого іміджмейкера. Інтелігентне спілкування з представниками ЗМІ - уміння, якому можна навчитися.

Однак не нашкодити власному іміджу - завдання для нашого керівника є більш складним. Багато босів один раз побачивши або почувши себе, більше так і не зважуються повторити сумний досвід, посилаючи "на амбразуру" тих, у кого, як кажуть, "підвішений язик".

Втім, справа ця не така складна, щоб відмовлятися від такого ефективного інструменту реклами й PR. По суті, тут цілком достатньо тверезо оцінити ситуацію й врахувати трохи "дрібниць", без яких інтерв'ю не буде вдалим.

Фото конспектів уроку присилати на електронну пошту:
irinanikolaevna1977@ukr.net