

---

# Lucrul cu mass media

---

# Contextul

De ce jurnaliștii scriu și spun orice?

## Restricții tehnice:

- ◆ Rapiditate, chiar urgență
- ◆ Timp puțin la radio sau TV / loc puțin în ziar
- ◆ Dificultate în a verifica informațiile

## Restricții personale:

- ◆ Nimeni nu este omniscient
- ◆ Formare literară
- ◆ Evitarea de a fi manipulat
- ◆ Informarea completă a cititorului

## Restricții economice :

- ◆ Vânzării
- ◆ Concurență aprigă
- ◆ O pagină costă mult

# Contextul

## Constrângeri

### Datoria informării

- ◆ A da voce tuturor versiunilor
- ◆ A merge dincolo de aparențe
- ◆ Faptele sunt făcute, comentariile rămân deschise
- ◆ Libertea exprimării nu ne folosește dacă nu ne folosim de ea

### A vinde ...

- ◆ Sex
- ◆ Sânge
- ◆ Scandal
- ◆ Regula mortului/km
- ◆ A merge mai repede decât adversarul

### Imperative tehnice:

**Audio-vizual** : mărturii foarte scurte, imagini sau sunete frapante care atrag atenția, pentru marele public

**Presa scrisă**: a oferi informații diferite, a aprofunda, a se adapta publicului său (publicul cotidian de la nivel national diferă de cel local)

# Stăpânirea mesajului

Redactați textul intervenției dumneavoastră

**Chiar dacă este vorba despre o intervenție orală, întrucât redactarea permite:**

- ◆ Clarificarea gândurilor
- ◆ Verificarea coerenței interne a discursului
- ◆ Verificarea compatibilității față de ceea ce a fost deja spus
  - ◆ Verificarea cum că nu ne asumăm responsabilitățile unui alt organism
- ◆ Reperarea impreciziilor, a termenilor tehnici, a exprimărilor nepotrivite/stângace
- ◆ Textul să fie recitat de către un părinte, un prieten
- ◆ Obținerea unui acord de principiu al superiorilor ierarhici
- ◆ Memorarea mesajului

4 IMAGES.jpg

# A-și face înțeles mesajul

**Comunicarea este un act de vânzare și  
corespunde aceluiași reguli**

Publicul este receptiv dacă ceea  
ce vede sau aude îl preocupă



Prima întrebare înainte de  
comunicare = ce-l interesează  
pe interlocutorul meu ?

**Regula de aur : a vorbi despre ceea ce îl  
interesează pe interlocutor**

# Transmiterea mesajului

Adaptarea în funcție de public: prin intermediul jurnaliștilor, vă adresați marelui public

Transmiterea mesajului presupune comunicarea unei informații interesante pentru interlocutoru/spectator/lector

**A interesa publicul = a răspunde așteptării lui**

## Cine este publicul ?

- ◆ Persoane fără formare tehnică
- ◆ Persoane a căror formare este redusă (dar foarte informate)
- ◆ Care este nivelul de cunoaștere al publicului referitor la tema abordată?

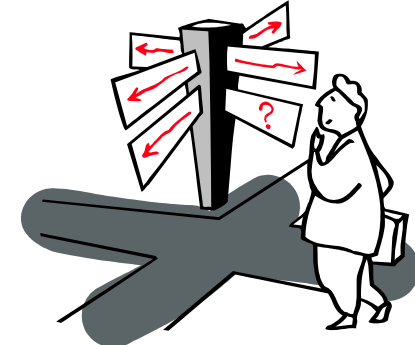
Ne punem în pielea publicului pentru a ne da seama ceea ce îl interesează;

Vorbim mai întâi despre centrele SALE de interes

Și doar apoi putem completa informații cu alte date pe care dorim să le comunicăm

4 IMAGES.jpg

# Ce comunicăm?



Implantarea întreprinderii

Dezvoltarea durabilă

Devalorizarea proprietății mele?

Ce mă interesează ?

De ce să-mi schimb stilul de viață?

O vor face și ceilalți ?

Activitatea sitului?

Problemele ridicate de public

Impact asupra activităților de recreere, deplasărilor, ... ?

Zgomot ?

Utilitatea socială a sitului?

Praf ?

Tematica noilor tehnologii (OGM, nanoparticule)

Miros? Miros = Poluare ?

Ce aduce nou întreprinderea comunei mele?

Impact asupra apei potabile?

Impact asupra sănătății mele?

Impact asupra siguranței mele ?

Experții nu sunt de acord, pe cine credem ?

Pericolul legat de traficul camioanelor ?

Riscuri?

# Transmiterea mesajului

## A se face înțeles

### A fi simplu

- ◆ Frazе scurte, cuvinte uzuale
  - ◆ Structuri simple
- ◆ Structuri active («noi luăm măsuri» și nu «măsuri vor fi luate»)
- ◆ Întâi faptele; apoi comentariile

### A fi pozitiv

- ◆ Structuri pozitive
- ◆ Cuvinte pozitive
- ◆ Cuvinte fără încărcătură emoțională

### A răspunde întrebărilor tuturor jurnaliștilor

- ◆ Cine
  - ◆ Unde
  - ◆ Când
  - ◆ Ce
- } Fapte
- Comentarii {
- ◆ Cum
  - ◆ De ce

4 IMAGES.jpg

# Transmiterea mesajului

A se face înțeles

A fi pedagog

- ◆ **Utilizarea de preferinta a cuvintelor curente (zona umida=mlastina)**
- ◆ **Dintre doua cuvinte tehnice, il preferam pe cel mai cunoscut**
- ◆ **Explicarea tuturor cuvintelor tehnice care nu au sinonime cunoscute**
- ◆ **Explicarea unitatilor (dB, microgram, ...) (un microgram = un gram impartit la 1 million si nu =  $10^{-6}$  gram)**

# Transmiterea mesajului

A se face înțeles

A fi pedagog

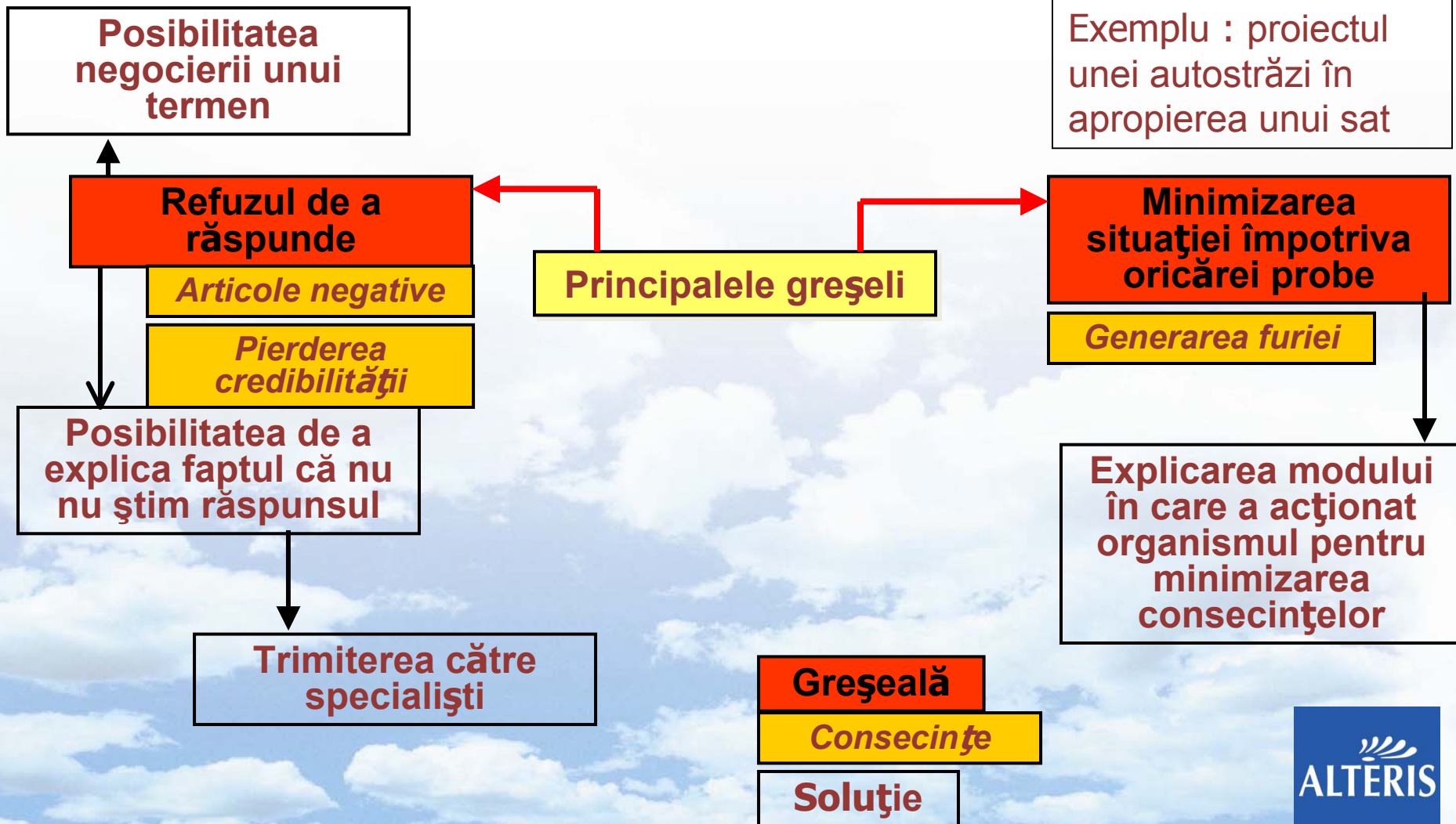
- ◆ Chiar dacă interlocutorul pare să stăpânească vocabularul tehnic, plecați de la principiul că o reamintire este întotdeauna binevenită
- ◆ Fiți concreți
- ◆ Vorbiți despre ceea ce îi interesează pe oameni: mediul LOR, viața LOR zilnică
- ◆ Repetați informațiile complexe de mai multe ori în diverse moduri ca și cum ați fi un profesor care predă un curs

# Transmiterea mesajului

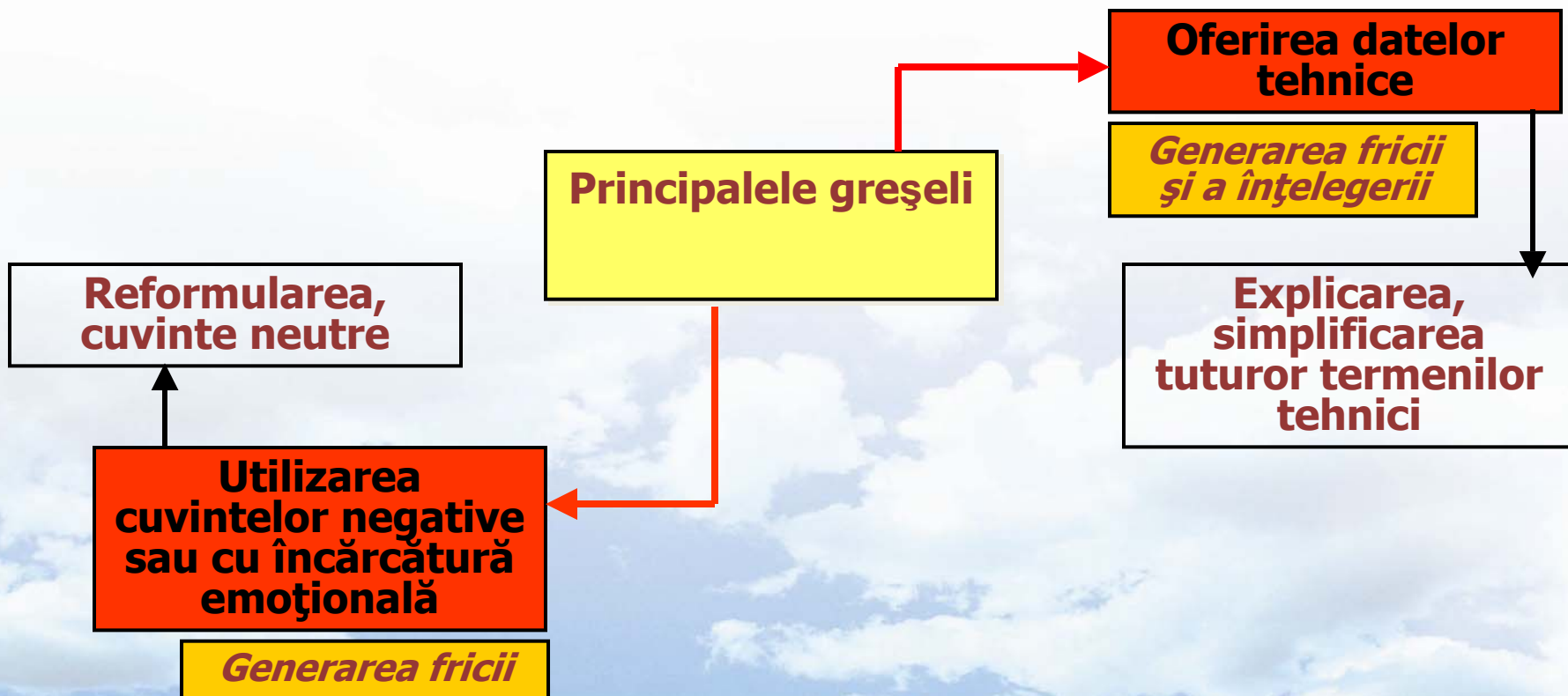
## Cuvintele care distrug încrederea

- sincer
- credeți-mă
- folosirea de termeni vagi (exemplu : într-un anumit moment), sau de adverbe (exemplu : eventual, ...) : dovedește o nedocumentare temeinică și nu convinge: înlocuiți-le cu fapte
- cuvinte negative
- Cuvintele problemă sau obiecție (nu sunt decât puncte importante!)
- verbele la modul condițional (folosiți prezentul)

# Principalele greșeli în fața mass mediei



# Principalele greșeli în fața mass mediei



# Atitudinile favorabile in relațiile cu mass media

- a reacționa cât mai repede cu putință
- a-i respecta pe ceilalți actori
- a arăta că nu suntem singurii care apără ideea sau proiectul respectiv
  - și veștile proaste trebuie anunțate
- dacă este cazul, a se explica de ce nu se poate răspunde la anumite întrebări

- Responsabilul comunicării este bine informat și verifică exactitudinea informațiilor pe care le posedă
  - Este ușor de găsit
- Respectă termenul limită și ține seama de constrângerile jurnaliștilor
- Monitorizează înregistrările radio și tv și realizarea unui press book (articole din presă)
- Nu folosește limbajul tehnic fără a explica
- Îndrăznește să spună “nu știu”