

Médiakezelési útmutató

A média nem ellenség, hanem egy másik szakma összessége

Pályám első felében újságíróként, szerkesztőként dolgoztam. Később egyre gyakrabban kerültem a másik oldalra: cégeknek, intézményeknek és szervezeteknek segítettem abban, hogyan kommunikáljanak a nyilvánossággal.

Ez a két nézőpont sok mindenre megtanított.

Arra például, hogy a legtöbb konfliktus nem rossz szándékból születik, hanem abból, hogy a két oldal egészen más logika szerint működik.

A szervezet azt szeretné, hogy pontosan az jelenjen meg, amit fontosnak tart. Az újságírót viszont nem ez érdekli. Ő azt keresi, ami új, érdekes, közérdekű vagy váratlan.

Ha ezt a különbséget nem értjük meg, nagyon nehéz jó kapcsolatot kialakítani a médiával.

1 A médiát nem lehet irányítani

Sok szervezet első reakciója egy kellemetlen cikk után az, hogy "rosszindulatú volt az újságíró". A legtöbbször azonban egyszerűbb a magyarázat: nem ugyanaz volt a hírérték, amit a két fél fontosnak tartott.

A kommunikáció egyik legfontosabb felismerése számomra az volt, hogy a sajtót nem lehet marketingeszközként kezelni. Nem reklámfelület, hanem önálló szakmai műhely, saját szempontokkal és saját felelősséggel.

Aki ezt elfogadja, sokkal eredményesebben tud együttműködni vele.

2 A felkészülés a nyilatkozat előtt kezdődik

A médiakezelésről sokan azt gondolják, hogy interjútechnikát jelent.

Valójában ennél sokkal korábban kezdődik.

Egy szervezetnek először saját magával kell tisztáznia néhány alapvető kérdést.

- Mit akarunk képviselni?
- Miben vagyunk hitelesek?
- Miről akarunk rendszeresen megszólalni, és miről nem?

Ha ezekre nincs válasz, a legjobb médiaszereplés is esetleges marad.

3 A legjobb válságkommunikáció még mindig a megelőzés

Sok médiakezelési útmutató a krízisekre koncentrál.

Én mindig azt tapasztaltam, hogy a válságok jelentős része jóval korábban kezdődik.

Hiányzó belső kommunikációval. Elmaradó tájékoztatással. Lassú reakcióval. Vagy azzal, hogy senki sem meri időben kimondani a kellemetlen igazságot.

A válságkommunikáció gyakran nem egy rossz mondat következménye, hanem hónapok vagy évek kommunikációs mulasztásainak eredménye.

4 Nem minden kérdésre kell azonnal válaszolni

Az egyik legfontosabb tanács, amelyet vezetőknak adok, meglepően egyszerű.

Nem kell azonnal megszólalni. Gyorsnak kell lenni, de nem kapkodónak.

A "jelenleg ezt tudjuk, ennek utánanézzünk, ekkor jelentkezünk újra" sokkal hitelesebb mondat, mint egy félig átgondolt magyarázkodás.

A média a pontatlanságot sokkal kevésbé bocsátja meg, mint azt, ha valaki őszintén jelzi: még dolgozik a válaszon.

5 A bizalom nem sajtóközleményekből épül

A jó médiakapcsolatok nem egy-egy sikeres interjún múlnak.

Hanem éveken. Következetességen. Elérhetőségen. Pontosságon. És azon, hogy egy szervezet akkor is kommunikál-e, amikor nincs válság és nincs szenzáció.

Az újságírók is emberek. Ők is emlékeznek arra, ki volt segítőkész, ki volt korrekt, ki volt elérhető akkor is, amikor nehéz kérdéseket kellett feltenniük.

6 Amit ebből ma is magammal viszek

Az újságírás megtanított kérdezni.

A kommunikációs tanácsadás megtanított figyelni.

A kettő együtt pedig arra, hogy a jó médiakapcsolat nem technika, hanem bizalom.

Ezért egy médiakezelési útmutató számomra soha nem arról szól, hogyan lehet "kezelni" a sajtót. Hanem arról, hogyan lehet úgy jelen lenni a nyilvánosságban, hogy egy szervezet hosszú távon hitelesebb, érthetőbb és megbízhatóbb legyen.

Ha szívesen elolvasnád a teljes anyagot, vagy érdekel, hogyan oldottam meg ezt a kihívást, keress nyugodtan!

<https://kormosgyula.hu/kapcsolat/>