



Médiatréning

Felkészülés = magabiztosság interjúszituációban

Visszajelzések szerint a cégvezetők interjúszituációban gyakran érzik magukat kellemetlenül. Ennek több oka lehet, de leginkább az újságírók és riporterek munkatempójára, illetve a média működésének sajátosságára kell gyanakodni. Ugyanakkor tény, hogy a cégvezetők nyilatkozatai nagyban meghatározzák az általuk vezetett gazdasági társaságokról kialakult képet, mely sokszor a cégek bevételét is befolyásolja. Éppen ezért fontos, hogy a leendő interjúalanyok cselekvéseiket a média elvárásaihoz tudják igazítani.

Mindezeket felismerve a cégvezetők, illetve az egyes szakterületek felelős vezetői egyre gyakrabban vesznek részt médiatréningeken, hogy felkészülten várhassák a médiafelkéréseket. Szakértő segítséggel ugyanis már egy fél napos intenzív képzéssel elsajátíthatók a szükséges alapismeretek és képességek.

A tréningek elemei

A tréning elméleti bevezetőből és szimulált interjúszituációkból áll.

A tréning kezdetén a tréner(ek) ismerteti(k) a legfontosabb tudnivalókat a média világról, illetve az interjúszituációk praktikáiról. Az újságírók **videó-montázsok** és prezentációk alapján mutatják be,

hogy mitől hír egy hír // mire van a médiának szüksége // milyen viselkedést célszerű elkerülni // miért fontos a felkészülés // mit szabad és mit nem szabad mondani // hogyan kell viszonyulni az újságíróhoz // hogyan kell kiválasztani az üzeneteket // milyen testtartást érdemes felvenni // hogyan érdemes gesztikulálni // lehet-e humort alkalmazni.



Az elméleti képzést a gyakorlat követi, mely **szimulált interjúhelyzetek** kialakításával történik. A tréning valamennyi jelenleg használt interjúfajta (írásbeli, telefonos, rádiós, TV-interjú) begyakorlását lefedi.

Az írásos megkeresések a mindennapok során szinte kizárólag e-mailen érkeznek. Az elméleti bevezetést követően kerül sor az írásbeli interjú gyakorlására, mely során a résztvevők írásban válaszolnak 4-6 újságírói kérdésre.

A válaszok kiértékelése a program végén történik. Az értékelő tréner javaslatokat fogalmaz meg a fejlődés irányára.

A rádióadók és internetes portálok munkatársai manapság leginkább telefonos interjúkat készítenek. Ezek szimulálása a gyakorlat során telefonos hívások keretében történik, melyek során a trénerek és az interjúalanyok más-más helyiségben tartózkodnak. Az TV-interjúkra két különböző szituációban külön helyiségben kerül sor, az interjúkról hang és képfelvétel készül.

Az interjúk a tréning résztvevőivel előre egyeztetett témák alapján készülnek. Az élethű szituációról fél-egyoldalas leírás készül, mely sorvezetőkén szolgál mind az újságíró, mind a résztvevő számára.

Az interjúkról hang, illetve képfelvétel készül, amely lehetővé teszi, hogy a beszélgetések visszanezhetők / hallgathatóak legyenek. A négy szemközti, közös értékelések során a trénerek egyénre szabott tanácsokat fogalmaznak meg, melyeket akár már a következő gyakorlat alkalmával ki lehet próbálni.

(A rögzített interjúkat minden egyes résztvevő névre szóló CD-n, illetve DVD-n utólag megkapja.)



A tréning forgatókönyve

14:00 – 14:05	Köszöntő, programismertető
14:05 – 14:35	A Média működése, igényei / elméleti képzés
14:35 – 15:05	Az Interjú / elméleti képzés
15:05 – 15:35	Rádiós szerkesztőség és interjúk / elméleti képzés
15:35 – 15:50	Kávészünet
15:50 – 16:30	Televíziós szerkesztőség, interjúk / elméleti képzés
16:30 – 18:00	Gyakorlatok (Írásbeli interjú, írott sajtós interjú, rádiós interjú, televíziós interjú - a gyakorlatokra rotációs rendszerben, egymással párhuzamosan kerül sor)
18:00 – 18:30	Értékelés

A tréninget a hatékonyság érdekében hat fős csoportokban szervezzük.

Az egyes tréningek időpontját a csoport összeállítását követően egyeztetjük.