

ЯК СТАТИ ВПЛИВОВИМИ КОМУНІКАТОРКОЮ/ КОМУНІКАТОРОМ

МОДУЛЬ 7

ТЕХНІКИ ТА ПОРАДИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНИХ ІНТЕРВ'Ю ТА
ПРОМОВ



Вступ

Незалежно від того, чи-то зустріч виборців під час виборчої кампанії, донесення своєї думки під час зібрань політичної партії, спілкування з журналістами, чи-то виголошення промови – ефективна комунікація суттєво сприяє справі. Цей модуль містить інформацію про те, як підготуватися до різних видів масових заходів, зосереджуючись зокрема на промовах та інтерв'ю.

Підготовка є вирішальним фактором в процесі подолання багатьох головних викликів комунікації, включаючи подолання хвилювання перед виходом на сцену та створення відчуття того, що Ви вже посправжньому контактуєте з аудиторією. Знати свою аудиторію, розуміти її погляди та визначити, чого саме Ви хочете досягти, важливо зробити заздалегідь, ще до проголошення промови чи посилання.

Інша таємниця – це практика: найкращі публічні промовці відпрацювали свої комунікаційні здібності до досконалості шляхом величезної практики. Використання дзеркала чи залучення Вашого друга/подруги для допомоги під час репетицій промов, робота над мовою тіла або навіть оцінювання того, які повідомлення Ваш «тілесний імідж» відправляє до аудиторії зможуть допомогти побудувати Вашу впевненість у собі та здібності в якості комунікатора/комунікаторки.

Незалежно від того, чи Ви стоїте перед сотнею людей на заході, спілкуєтеся з журналістом/журналісткою віч-на-віч, зустрічаєтеся з інвесторами, чи даєте інтерв'ю на телебаченні, поради, що викладені в даному модулі допоможуть вам стати впливовим/впливовою та ефективним/ефективною комунікатором/комунікаторкою, допоможуть вам, як кандидатів/кандидатці, та вашій політичній партії.

Теми, що увійшли до цього модуля:

1. Передвиборча промова
2. Невербальна комунікація
3. Виголошення зразкових промов
4. Інтерв'ю з медіа

Передвиборча промова як виступ кандидата/ кандидатки під час агітаційної поїздки

Виступ кандидата/кандидатки під час агітаційної поїздки, тобто передвиборча промова – це термін, що визначає головну промову, яку кандидат/кандидатка чи політичний партійний лідер/політична партійна лідерка виголошує на майже будь-якому заході з відповідними коригуваннями в залежності від аудиторії та ситуації. Ваша передвиборча промова – це ретельно відшліфоване ключове повідомлення вашої виборчої кампанії. Вона презентує вас виборцям, надає їм можливість дізнатися, для чого Ви балотуєтесь та який у вас план дій, у випадку, якщо вас оберуть, а також показує виборцям, якою Ви є особистістю.








Так само як і інші комунікаційні кампанії, передвиборча промова має базуватися на вашому ключовому повідомленні та має писатися задля того, аби охопити потенційних прихильників та прихильниць кампанії, визначених в якості цільової аудиторії.

Зробіть вашу агітаційну передвиборчу промову правдивим відображення вас, як особистості та як кандидата/кандидатки. Використовуйте мову, що комфортна для вас та вивчіть промову напам'ять, щоб будь-якої миті бути готовим/готовою виголосити її з цілковитою впевненістю.

Наступна схема структури передвиборчої промови може допомогти вам розпочати діяти. Ви можете використовувати цю базову схему для написання промови тривалістю 90 секунд, 5 хвилин чи 10 хвилин.



Кожен елемент промови має свої конкретні особливості та мету. Коли всі елементи тісно поєднані між собою, вони створюють таку структуру, що дозволяє вашій промові пливати легко та логічно, створюючи умови для легкого сприйняття аудиторією.

	Вступ	Назвіть своє ім'я, куди ви балотуєтесь та чому.
	Встановлення зв'язку	Встановіть зв'язок з аудиторією, демонструючи спільну стурбованість.
	Визначення проблеми	Заради вирішення якої проблеми Ви балотуєтесь на пост? Подумайте, яким чином ви донесете цю ідею до аудиторії, аби справити найбільше враження. Змалюйте проблему та поясніть, чому ви про це піклуєтесь.
	Надання рішення	Опишіть ваше бачення вирішення проблеми та те, яку користь це принесе виборцям та виборчиням. Що конкретно ви будете робити та за що боротися у разі своєї перемоги?
	Бачення концепції	Опишіть, що конкретно зміниться на краще в результаті вашої перемоги та заради якого майбутнього ви будете працювати. Які зміни відбудуться, коли визначені вами проблеми буде вирішено?
	Заклик до дій	Закличте аудиторію проголосувати за вас та підтримати вашу кампанію.
	Завершення	Підсумуйте, чому ви балотуєтесь, знов закликайте до дій та подякуйте аудиторії.

Нижче наведено приклад того, як Ольга Іваненко використала формулу передвиборчої промови в своїй кампанії:



Вступ

Назвіть своє ім'я, куди ви балотуєтесь та чому.

"Добрий день! Мене звуть Ольга Іваненко. Я кандидатка до сільської ради. Я балотуюся задля того, щоб покращити життя тих людей, з якими я виросла в цьому селі."



Встановлення зв'язку

Встановіть зв'язок з аудиторією, демонструючи спільну стурбованість.

"Я хотіла б поговорити про проблеми, які зможу вирішити, у разі мого обрання. Одним з питань, що вимагає нагального вирішення, є фінансові проблеми нашого села. Кожного дня я спостерігаю, як мої рідні та друзі стикаються з труднощами в пошуках коштів для придбання навіть елементарних продуктів харчування..."



Визначення проблеми

Заради вирішення якої проблеми Ви балотуєтесь на пост? Подумайте, яким чином ви донесете цю ідею до аудиторії, аби справити найбільше враження. Змалюйте проблему та поясніть, чому ви про це піклуєтесь.

"Я бачила багато людей, які відчували фінансові труднощі, їм не вистачало коштів для базового, фактично, для забезпечення власного виживання. Мешканцям цього села немає де працювати, у них відсутні можливості заробити собі на життя. Багато виборців поділилися зі мною своїм занепокоєнням щодо цього важливого питання."



Надання рішення

Опишіть ваше бачення вирішення проблеми та те, яку користь це принесе виборцям та виборчиням. Що конкретно ви будете робити та за що боротися у разі своєї перемоги?

"Я вважаю, що ми повинні зосередитись на створенні джерел та можливостей для отримання хоча б невеликих прибутків. У разі якщо я переможу на виборах, я обіцяю покращити життя у нашому селі шляхом створення більших можливостей для отримання тут доходів. Якщо мене оберуть, я буду працювати над тим, щоб залучити якомога більше людей до участі у проєктах з розвитку малого бізнесу. Внаслідок цього має покращитись фінансове становище мешканців нашого села."



Бачення концепції

Опишіть, що конкретно зміниться на краще в результаті вашої перемоги та заради якого майбутнього ви будете працювати. Які зміни відбудуться, коли визначені вами проблеми буде вирішено?

"Я хочу, щоб Ви уявили, яким би виглядало наше село у разі мого обрання. Я залучу нові інвестиції для підтримки місцевого бізнесу та прибуткових проєктів, забезпечуючи мешканців села додатковими грошима, яких вони потребують для ведення сільського господарства. Люди більше не будуть жити у злиднях. Будь ласка, проголосуйте за мене, щоб я змогла втілити в життя мрію про щасливе село, яке процвітає."



Заклик до дій

Закличте аудиторію проголосувати за вас та підтримати вашу кампанію.

"І наприкінці, я б хотіла сказати, що є те, що Ви самі можете зробити, аби змінити життя на краще. Ваш голос дозволить мені працювати кожен день задля розвитку нашого села."

Невербальна комунікація: голос, імідж та мова тіла

Щоб стати впливовим комунікатором/впливовою комунікаторкою недостатньо лише написати чудову промову або мати переконливе повідомлення; бути впливовими комунікатором/комунікаторкою означає також вміння використовувати власний імідж, голос та мову тіла у спілкуванні з аудиторією. Дослідження свідчать, що аудиторія контактує зі спікером/спікеркою набагато легше, спираючись на його або її голос та жестикуляцію, ніж на слова, які промовляє спікер/спікерка.

Невербальна комунікація включає в себе те, що передається аудиторії, окрім безпосередньо самих слів, що ви промовляєте. Ваш голос є тим звуком, який ви продукуєте під час вимови слів. Ваш імідж є вашим зовнішнім виглядом і тим, як ви себе презентуєте. Мова вашого тіла – це те, як ви використовуєте жести та яким чином тримаєте своє тіло під час комунікації.

Існує безліч варіантів того, яким чином слід використовувати всі ці інструменти, а також велика кількість керівних принципів для забезпечення впевненості у тому, що Ви виконуєте їх правильно та ефективно. У разі правильного використання, інструменти невербальної комунікації можуть додати музики, танцю, ритму та енергії тому, що в іншому випадку було б лише голими словами.

Голос

Ваш голос говорить багато про те, ким ви є. Чи ви впевнений/впевнена, авторитетний/авторитетна або знаходитеся на владних позиціях? Чи є ви доброзичливим/доброзичливою, відкритим/відкритою для пропозицій, тим/тією, хто заслуговує на довіру? Чи тон вашого голосу створює враження, що Ви можете сказати щось цікаве?

Ваш голос – це інструмент, що додає музики словам, які ви виголошуєте. Використовуйте свій голос, щоб надати можливість слухачам впевнитися, що ви намагаєтесь висловити одну зі своїх ключових думок. Ви можете прискорити або уповільнити промову, знизити або підвищити голос, або ж зробити паузу перед ключовим пунктом вашої думки. Задля того, щоб втримати аудиторію, гарний спікер/спікерка використовує різноманіття всіх можливостей його або її голосу, а також стимулює ритм, аби додати напруги чи викликати зацікавленість.

Зазвичай, для електронних засобів масової інформації, таких як телебачення, відео або радіо, доречним буде трохи знизити тон голосу та говорити рівно. Для публічного виступу більш ефективно говорити голосніше, ніж зазвичай (але не кричати), та вимовляти слова повільніше, аніж у повсякденні, для того, щоб вас легко могли зрозуміти. Використовуйте інтонацію та ритм, щоб тримати зв'язок з аудиторією.

Щоб переконатися, що аудиторія вас чує, спробуйте продемонструвати свій голос. Демонстрація голосу – це те, до чого зазвичай вдаються театральні актори, аби донести його до останніх рядів. Потренуйтеся відправляти свій голос до задньої частини кімнати задля того, щоб говорити голосніше та передати більше енергії, але робіть це без крику.



2

Використання голосу

1. Потренуйтеся, промовляючи фразу "Вимикніть світло" вголос. Спочатку промовте її тоном, що передає гнів. Потім, скажіть її голосом, що виражає нудьгу. За цим, вимовте її романтичним тоном. Чи ви можете відчути різницю, яку створює голос у комунікації? Запишіть Ваші враження нижче.

.....

.....

.....

.....

.....

2. За допомогою телефону, чи іншого пристрою, запишіть свою агітаційну промову кілька разів. Тренуйтеся говорити тихіше, повільніше та голосніше. Намагайтеся змінювати силу звуку та швидкість вашої мови для того, щоб підкреслити ключові думки або слова. Відтворіть запис. Що ви помітили? Занотуйте свої враження нижче.

.....

.....

.....

.....

.....

Імідж та презентація

Ваш імідж – це тип особистості та індивідуальності, який ви створюєте крізь призму своєї зовнішності. Це включає те, як ви поведетесь, тип вашого уявлення про самого/саму себе, який ви передаєте іншим, та навіть стиль вашого одягу і те, як ви за собою доглядаєте.

У політиці та під час політичної кампанії, перше враження справляється дуже швидко, а негативне враження потім дуже складно подолати. У лічені секунди аудиторія сформує думку щодо вашого економічного стану та рівня освіти, соціального становища, досвіду, чи можна вам довіряти, щодо ваших моральних характеристик, а також успіху на вашій поточній або попередній роботі, виходячи з інтерпретацій візуального іміджу, який ви ретранслюєте. Використовуйте цей тип суб'єктивного судження задля своєї користі під час самопрезентації у такий спосіб, щоб створити такий позитивний імідж, що викличе прихильність до вас.

Будьте уважні з вибором свого іміджу та усвідомлюйте, який образ ви презентуєте. Носіть одяг, який відповідає вашій аудиторії та формату заходу. Знайдіть баланс між тим, щоб відчувати себе комфортно в цьому одязі, і водночас створювати імідж, який віддзеркалював би ваш стиль лідерства.

Кандидатки та політичні активістки молодшого віку частіше зазнають пильнішої уваги щодо їхньої зовнішності, аніж літні політичні діячі/діячки та політики-чоловіки тієї ж вікової групи. Критика виходить як від друзів/подруг, так і від незнайомих людей. Найприскіпливіше аналізуються одяг, зачіска та інші елементи зовнішнього вигляду, що не мають жодного відношення до позиції, на яку балотується кандидат/кандидатка, або до його/її державної служби, і це є неминучим. Найліпша стратегія полягає в тому, щоб діяти превентивно: розробити концепцію іміджу, який ви бажаєте презентувати, враховуючи при цьому всі складові, включаючи елементи гардеробу тощо.

3 Імідж та презентація

1. Обміркуйте імідж, який ви бажаєте створити. Ваша особиста презентація сьогодні відображає бажаний імідж, чи ви хотіли б внести деякі зміни? Складіть перелік того, що ви хотіли б змінити, занотуйте його нижче.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Мова тіла

Ще перед тим, як ви відкриваєте рота, щоб промовити щось, мова вашого тіла вже надсилає повідомлення аудиторії. Мова тіла являє собою жестикуляцію, пози, а також вираз обличчя, які ми використовуємо для передачі почуттів або думок, навіть тоді, коли не повною мірою усвідомлюємо, що робимо це.

Які саме жести повідомляють аудиторії, що ви впевнений/впевнена? Що вам можна довіряти? Що ви боязкий/боязка? Що ви доброзичливий/доброзичлива та відкритий/відкрита до співпраці з ними?

Які з жестів повідомляють аудиторії, що ви формальна або неформальна особистість? Що ви не впевнені в тому, про що говорите, або що у вас є влада та ви знаєте, про що говорите?

За допомогою думок та практики, ми можемо переконатися, що мова нашого тіла посилює, а не підриває, повідомлення, яке ми намагаємося донести.

Візьміть пару хвилин, щоб обміркувати наступні типи невербальної комунікації, і про що вони насправді «говорять» аудиторії.



4

Інтерпретування невербальної комунікації

1. Не встановлення зорового контакту може бути сприйнято як:

.....

.....

.....

.....

2. Наближення до вас може означати:

.....

.....

.....

.....

3. Легкий, але свідомий дотик до вашої руки може говорити про:

.....

.....

.....

.....

4. Знімання або скидання окулярів може означати:

.....

.....

.....

.....

5. Розташування під час зібрання на задньому плані може говорити про:

.....

.....

.....

.....

6. Нахил голови та посмішка можуть вказувати на:

.....

.....

.....

.....

7. Прикривання рота або спрямування погляду донизу під час розмови може натякати на:

.....

.....

.....

.....

Виголошення зразкових промов

Кожна людина має здатність підготувати та виголосити зразкову промову. Основні правила є дуже простими: дослідіть аудиторію та визначте ваші цілі, ретельно продумайте та запишіть промову, з урахуванням особливостей аудиторії. Тренуйтеся над виголошенням промови доти, доки не будете почувати себе комфортно. Переконайтеся, що зможете невимушено встановлювати зв'язок з аудиторією під час заходу.



Готуватись до заходу та визначати цілі

Дізнайтеся, якою є ваша аудиторія. Знання про те, до кого ви будете звертатися, може допомогти привести у відповідність те, що ви будете говорити. Враховуйте рівень обізнаності аудиторії та зацікавленість у тематиці вашої промови. Найважливішим є те, які з ваших цільових виборців та виборчинь будуть представлені в аудиторії? Чи будуть присутніми хтось з представників/представниць кампанії, з ким є надія встановити дружні стосунки? Чи будуть присутніми на заході засоби масової інформації?

- ☞ Ознайомтеся з програмою або порядком денним. Чи ви є єдиним/єдиною спікером/спікеркою? Яким є порядок виступів? Чи будете ви першим/першою або останнім/останньою спікером/спікеркою? Скільки загалом буде спікерів/спікерок? Як довго має тривати ваша промова? Чи планується час для запитань та відповідей, хто буде модератором/модераторкою цього процесу, а також хто завершує програму?
- ☞ Визначте свою тему. У разі можливості, оберіть тему, яка вам більше до вподоби і якою ви добре володієте. Ваша захопленість темою буде відчуватися під час виступу. Найголовніше правило публічних вступів – це бути обізнаним/обізнаною та впевненим/впевненою у тому, про що ви говорите.
- ☞ Визначте мету. Сформулюйте для себе, чого ви хочете досягти в результаті своєї презентації. Визначте головну мету промови. Чи ви бажаєте переконати аудиторію? Чи надаєте інформацію щодо нової чи абстрактної теми? Чи плануєте активізувати аудиторію для виконання визначених дій?
- ☞ Плануйте день. Потурбуйтеся про те, щоб добре відпочити напередодні виступу, а також візьміть когось з собою на промову, хто буде допомагати або підтримувати вас. Продумайте, що ви вдягатимете, щоб відчувати себе комфортно та впевнено. Завчасно обравши собі одяг, Ви зменшите напругу в день виступу.
- ☞ Спробуйте відвідати місце заходу до початку його проведення. Перевірте кімнату та обладнання для того, щоб ознайомитись з приміщенням та технікою.

Підготуйте свою промову

- ☞ Визначте свої головні повідомлення. Що, на вашу думку, обов'язково має запам'ятати аудиторія?
- ☞ Коротко опишіть те, що на вашу думку має знати аудиторія (не більше 25 слів). Після того, як ви все написали, скоротіть текст до трьох або чотирьох пунктів, та детально зупиніться саме на цих пунктах.
- ☞ Наведіть по кожному з пунктів конкретні приклади, це допоможе створити асоціативні ряди у пам'яті аудиторії. Опишіть зміст вашої презентації, використовуючи історії людей, цитати, приклади, факти та іншу цікаву інформацію.
- ☞ Візьміть до уваги структуру основної передвиборчої промови: Вступ → Встановлення зв'язку → Визначення проблеми → Надання рішення → Бачення концепції → Заклик до дій → Завершення.
- ☞ Напишіть вступ або звернення, яке привертало б увагу до Вашої промови.
- ☞ Напишіть заключну частину своєї промови. Дуже важливо написати сильне завершення. Це має бути спонукаюча заява, в якій ви закликаєте до дій, робите заяву, посилаєтесь на свої відкриті коментарі та підсумовуєте свою головну мету.
- ☞ Не пишіть злишок промови повним текстом. Замість цього, випишіть головні тези. У разі якщо ви напишете її повними реченнями, то будете постійно перейматися, щоб під час промови вживати саме ті слова, що написано на папері. Але ж ви хочете просто говорити впевнено, а не декламувати.
- ☞ Будьте точними; використовуйте прості слова та короткі речення. Уникайте аббревіатур. Уникайте надмірного використання статистичних даних. Незважаючи на те, що статистика є важливою, забагато цифр може складно сприйматись усно.
- ☞ В будь-якій гарній презентації ви маєте донести до аудиторії те, що плануєте (вступ), викласти сутність своїх планів (тіло промови), а також стисло повторити те головне, що складає стрижень вашої промови (завершення).

Практика та підготовка

- ☞ Репетируйте свою промову від початку до кінця доти, доки не відчуєте, що вам комфортно її виголошувати. Потренуйтеся з іншою особою, яка зможе надати вам корисні поради. Попрактикуйтеся також перед дзеркалом.
- ☞ Розрахуйте час для своєї промови та відрегулюйте її тривалість, у разі якщо вона занадто довга або коротка. Якщо сумніваєтеся, краще скоротіть час промови.
- ☞ Пам'ятайте також про те, що важливо не лише тренувати вимову слів, а й використання голосу, жестикуляції, аби підкреслити своє повідомлення.
- ☞ Прибудьте раніше для того, щоб ви змогли зустрітися та поспілкуватися з представниками/представницями аудиторії. Чим більше ви про них дізнаєтесь, тим краще вам вдасться налагодити зв'язок з ними під час промови.
- ☞ Попіклуйтеся про те, щоб зустрітися з людиною, яка вас буде представляти та переконайтесь, що він/вона чітко розуміє як і коли вас потрібно представити та надати слово.
- ☞ Розслабтеся. У разі якщо ви почуваетесь напруженим/напруженою, скористайтесь якимись техніками, які допоможуть вам розслабитись перед початком промови. Якщо вийде знайти місце, де ви зможете побути наодинці з собою, зробіть кілька фізичних вправ. Наприклад, пострибайте або потопайте ногами. Ця вправа дасть змогу відчутти твердий ґрунт під ногами та зняти напругу. Потрусіть руками, стисніть та розчепіть кулаки. Такі рухи допоможуть уникнути тремтіння рук. Якщо ж тремтіння все ж таки не припиняється, тримайтеся руками за трибуну під час промови. Висуньте язика, відкрийте очі та рота якомога ширше, потім стисніть обличчя в щільну кулю. Це розслабить м'язи обличчя. Дихайте глибоко та «подзиччіть» тихенько, щоб зігріти голос.
- ☞ Вимкніть телефони, викиньте жувальну гумку, а також віддайте комусь іншому/іншій з вашого супроводження (наприклад, другові/подрузі або волонтеру/волонтерці кампанії) потримати вашу сумку або інші речі, які ви маєте при собі.
- ☞ Пийте воду (не каву, чай, молоко або газовані напої), протріть насухо долоні тканиною, якщо вони спітнілі.
- ☞ Ви готові до виступу.

Виголошення промови та встановлення зв'язку з аудиторією

- ☞ Встановіть зв'язок з аудиторією. Згадайте проблеми, які ви поділяєте з аудиторією, та розкажіть особисту історію, щоб показати, чому ви цим переймаєтесь. Обміркуйте доцільність наведення прикладу з життя реальної людини, або того/тієї, кому аудиторія може симпатизувати.
- ☞ Ознайомте аудиторію з реальними потребами, на вирішенні яких ви плануєте зосередитись. Перед тим, як закликати до дії, людей потрібно зацікавити. Отже, змалюйте їм картину вашої зацікавленості та занурення у проблему, що є темою вашого виступу. Історії про реальних людей можуть проілюструвати проблему в комплексі, а перспективи її вирішення, – показати, що зміни є цілком можливими.
- ☞ Говоріть в межах проблем та перспективи їхнього вирішення. Чергування між проблемами та перспективами і способами їхнього вирішення створює драматичне напруження промови. Ваша аудиторія буде відчувати турботу та надію.
- ☞ Створіть відчуття терміновості. Кожна комунікація, що має на меті мотивувати поведінку, має змушувати людей діяти негайно. Відчуття терміновості можна викликати через негативні або позитивні емоційні заклики. Люди можуть реагувати у відповідь на гнів або страх, вони можуть також сподіватися та вірити, що позитивні зміни можливі.
- ☞ Завершуйте промову закликом до дії. Закликаючи людей до дій (голосування, волонтерство і т.і.), переконайтеся, що прохання є простим, і аудиторія знає, що робити та розуміє, що саме означає їхня дія.

Запам'ятайте загальні правила виголошення промов

- ☞ **Будьте собою.** Будьте справжніми. Посміхайтесь!
- ☞ Ретельно дотримуйтеся протоколу: на початку ваших коментарів згадайте високоповажних осіб та подякуйте організаторам заходу.
- ☞ Не читайте промову – ви маєте бути природними, захопленими та повними енергії. Говоріть з аудиторією. Напишіть схему промови у формі ключових слів або фраз на картках, які ви можете тримати в долоні руки, і користуватися ними під час промови. Але дивіться вниз на ваші нотатки лише в разі крайньої необхідності.
- ☞ Підтримуйте зоровий контакт з аудиторією. Ця техніка допоможе тримати увагу та підкреслювати основні пункти промови. Встановіть зоровий контакт з однією людиною та утримуйте його декілька секунд.
- ☞ Використовуйте жестикуляцію рук для того, щоб висловити свої думки. Але забагато жестів може відволікати аудиторію. Якщо зовсім не жестикулювати, може скластися враження, що ви поводитесь неприродно та вимушено.
- ☞ Вставайте прямо та стійте тихо. Не грайтеся з вашим волоссям та не поправляйте одяг.
- ☞ Якщо нервуетесь, використайте це на свою користь. Нервувати – це нормально. Це дає нам адреналін, який нам потрібен, щоб сконцентруватися на негайних завданнях. Спробуйте спрямувати цю енергію нервування на ентузіазм та захопленість. Не забувайте, що аудиторія знаходиться поруч, зазвичай, тому що їй не байдуже, що ви кажете, і тому, що вона хоче почути, про що ви говорите. Знайдіть тих людей в аудиторії, які посміхаються та надають вам позитивний зворотній зв'язок – вони допоможуть вам залишатися впевненими у собі.
- ☞ Пам'ятайте про необхідність видозмінювати гучність голосу та швидкість мови, щоб підкреслити ключові пункти, говорити трохи нижче, повільніше, а також голосніше, ніж зазвичай.
- ☞ Керуйте запитаннями. Відповідайте на всі запитання аудиторії, а не лише на декілька обраних. Слухайте уважно та ставтеся до всіх запитань однаково. Повторюйте всі позитивні запитання, для того щоб аудиторія могла їх почути. Не дозволяйте одному/одній запитувачому/запитувачій домінувати в аудиторії. Відповідайте якомога просто та прямо. Не бійтеся сказати «Я не знаю» або пообіцяйте повернутися до них з інформацією, або запросіть їх зв'язатися з вами пізніше.

Якщо все це не дає результату, пам'ятайте, що найкращим вчителем з виголошення публічних промов була ваша мати. Вона казала вам:

- ☞ Стояти прямо
- ☞ Дивитися людям в очі
- ☞ Посміхатися
- ☞ Поправити волосся
- ☞ Не сутулитися
- ☞ Не крутитися
- ☞ Говорити чітко
- ☞ Говорити правду

Інтерв'ю з медіа

Хоча спілкування з журналістом/журналісткою може бути для Вас певною мірою обтяжливим, інтерв'ю із представниками/представницями засобів масової інформації можуть стати одним з найефективніших інструментів вашої кампанії. Під час підготовки та на практиці ви можете переконатися, що висвітлення в засобах масової інформації здатне найкраще відобразити всю сутність вашої кампанії та допомогти посилити ваші позиції як кандидата/кандидатки.

НАПЕРЕДОДНІ ІНТЕРВ'Ю

ПІД ЧАС ІНТЕРВ'Ю

ПІСЛЯ ІНТЕРВ'Ю

Провести дослідження.

Спробуйте дізнатися заздалегідь, про що саме хоче знати журналіст/журналістка, чи може він/вона бути упередженим/упередженою, та кого, окрім вас, буде інтерв'ювати. Це допоможе вам сформулювати свої відповіді. Як про це дізнатися? Спитайте, або прочитайте попередні статті, що було написано журналістом/журналісткою по цій темі.

Підготуватися.

Підготуватися до інтерв'ю, занотувавши всі складні або потенційно неприємні запитання, які може поставити журналіст/журналістка, та визначити, яким чином ви будете відповідати на них в позитивному ключі. Не розповсюджуйте це, а також не беріть з собою; це лише для того, щоб допомогти вам попрактикуватися. Проведіть із другом/подругою «рольові ігри» для того, щоб потренуватися впевнено відповідати на запитання.

Спростити.

Скоротіть своє повідомлення до декількох ключових пунктів. Дуже мало з того, що ви скажете, буде використано, а тому переконайтеся, що ваші коментарі буде спрямовано на спрощену версію ваших головних тез, які згодом можна буде цитувати.

Підтвердити.

Перед проведенням інтерв'ю, зателефонуйте журналістові/журналістці для підтвердження зустрічі, та запропонуйте йому/їй надіслати інформацію, як дістатися до вашого офісу або до місця проведення заходу. Ці додаткові кроки можуть врятувати вас обох від незручної ситуації, що може зіпсувати стосунки від самого початку.

НАПЕРЕДОДНІ ІНТЕРВ'Ю

ПІД ЧАС ІНТЕРВ'Ю

ПІСЛЯ ІНТЕРВ'Ю

Не відхиляйтеся від основної думки

Не відхилятися від основної думки означає переконатися, що кожна відповідь, надана вами, віддзеркалює вашу основну думку. Ті, хто не відхиляються від основної думки, контролюють свої повідомлення. Засоби масової інформації можуть передавати лише те, що було сказано або побачено. Якщо ви не зможете передати нічого, окрім свого ключового повідомлення, ЗМІ повторять лише цей меседж. Найгірші помилки комунікації майже завжди є наслідком недисциплінованості спікера/спікерки. Не відхилятися від основної думки – найкращий спосіб влучити у свою аудиторію контрольованим способом.

Використовуйте зв'язки, щоб тримати контроль над інтерв'ю.

У випадку, якщо журналіст/журналістка ставить вам потенційно неприємне запитання, відповідайте на нього, але пов'яжіть цю відповідь з думкою, яку хочете донести. «Так, але ви вважали ...» або «Ні, але ми вирішили цю проблему шляхом ...»

Уникайте використання жаргону.

Під час спілкування з журналістом/журналісткою або з широкою публікою, уникайте використання специфічної термінології та аббревіатур. Ваша місія полягає в тому, щоб максимально точно передати інформацію. Якщо ваші слухачі/слухачки повинні будуть відволікатись на незрозумілу для них лексику, ви втратите їхню увагу.

Слідкуйте за мимохідь кинутими фразами.

Розумійте, що записується абсолютно все, навіть якщо журналіст/журналістка каже, що це не так. Вам ніколи не слід казати журналістові/журналістці того, що може потім цитуватися, але ви б цього не хотіли, тому що саме ці пікантні деталі потім буде надруковано в пресі.

Вказуйте на ключові пункти.

Під час промови використовуйте «вказівники», щоб позначити ключові моменти. Дайте знати журналісту/журналістці, що ви маєте намір проголосити ключову тезу, вказавши на це фразою типу «ключовим пунктом є ...» або «важливо запам'ятати, що ...». Це допоможе впевнитись, що журналіст/журналістка не загубить Ваші ключові тези, коли він/вона занотовуватиме щось менш важливе з вашої промови.

Візуалізуйте.

Використовуйте метафори, історії та анекдоти, щоб проілюструвати та спростити свої думки. Це допоможе аудиторії візуалізувати те, про що ви говорите.

Будьте цікавими.

Якщо ви захоплені своєю темою, це допоможе створити кращий репортаж або інтерв'ю. Пам'ятайте, що журналіст/журналістка є посередником/посередницею між вами та аудиторією. Допоможіть журналісту/журналістці створити якомога кращу історію.

Відповідайте на кожне запитання.

Ніколи не використовуйте фразу «без коментарів». Ви маєте відповідати на кожне запитання, інакше буде здаватися, що ви ухиляєтеся. Якщо є поважна причина для того, щоб не відповідати на запитання, просто повідомте, що ви не можете відповісти на це запитання та поясніть причину цього.

Будьте готові до того, що журналіст/журналістка може відхилятися від теми.

Під час інтерв'ю не дивуйтеся, якщо журналіст/журналістка питає про щось, абсолютно не пов'язане з предметом розмови. У випадку, якщо журналіст/журналістка запитує про щось таке, на що ви не можете дати відповідь відразу, скажіть, що зв'яжетеся з ним чи нею пізніше, та намагайтеся зробити це дійсно без зволікань.

НАПЕРЕДОДНІ ІНТРЕВ'Ю

ПІД ЧАС ІНТРЕВ'Ю

ПІСЛЯ ІНТРЕВ'Ю

Подальші кроки.

Після інтерв'ю відішліть журналісту/журналістці листа або електронне повідомлення з подякою. В ньому знов нагадайте про пункти, на яких хотіли б зробити наголос. Спитайте журналіста/журналістку, чи надало інтерв'ю їй або йому достатньо інформації, а також запропонуйте посприяти в подальшій роботі. Журналіст/журналістка може не відповісти, доки статтю не надрукують, але оцініть, що до нього/неї звернулися, це може відчинити двері для подальшого написання статей.

**5****Підготовка до інтерв'ю**

Уявіть, що у вас відбудеться інтерв'ю з журналістом/журналісткою із місцевої газети. Журналіст/журналістка висвітлює вибори та готує матеріал про нових кандидатів/кандидаток, що балотуються на даний час. Сформулюйте п'ять запитань, які, на вашу думку, ймовірно поставить журналіст/журналістка, та вигадайте відповіді, які б відповідали вашому ключовому повідомленню та критеріям, викладеним вище.

1.

.....

.....

.....

.....

2.

.....

.....

.....

.....

3.

.....

.....

.....

.....

4.

.....

.....

.....

.....

5.

.....

.....

.....

.....