

# Slast medijskih nastopov je past

Damjana Pondelek

Pred kratkim me je nekdo izmed vas zaprosil, naj si ogledam niz njegovih medijskih nastopov. Že desetletje nastopa in to počne rad in pogosto, ni pa vselej zadovoljen z rezultati, saj se medijski pogovori in objave včasih odvrtijo v zanj povsem nepričakovano smer. Zelo rad nastopa v medijih, vendar bi želel več nadzora nad tistim, kar je objavljeno. A pred tem mora pridobiti nadzor nad tistim, kar pove.

Ni edini, ki ga vsakič znova zapeljejo čari javne in medijske izpostavljenosti (kdor v te čare ne verjame, naj začasno prevzame eno od bolj izpostavljenih funkcij v zdravstvu in/ali nekajkrat v živo nastopi v osrednjem TV-dnevniku). In žal še zdaleč ni edini, ki v medijih nastopa kar se da pogosto – pogosto ne najbolje. Mnogo jih je, ki so v vsakdanjem življenju in delu dokaj preudarni, modri ljudje, a ko se prižgejo medijski žarometi, pozabijo na vse – zapeljani v medijski vrtinec spregovorijo o stvareh, o katerih bi bilo tisti hip bolje molčati oz. bi jih morali in morda tudi želeli povedati drugače in drugim. A njihove misli in čustva se izlivajo neposredno v medijski prostor. Odveč je pripomniti, kako radi jih imajo mediji in koliko težav ti posamezniki ne hote nakopljejo sebi in drugim. Zgolj zato, ker, zapeljani v občutek lastne moči in zmognosti, ki ga spodbuja marsikatera funkcija (medijska izpostavljenost pa to iluzijo še potencira), komunicirajo preveč spontano (tj. nepripravljeno, nepremišljeno, nekonsistentno...) in ob tem ne morejo predvideti posledic lastnih, prehitro izrečenih misli. A javno izrekanje stališč je kot šahovska igra. Vsaka poteza terja premislek in vedno je treba razmišljati vsaj nekaj potez naprej – zlasti nasprotnikovih. Še enkrat: v medijih ni prostora za naključja in spontanosti. Zato nikar romantičnih predstav.

## Pogubna strast

Slast in strast medijskega nastopanja je očitno tako omamna, da je za mnoge posameznike močnejša od racionalnega premisleka. Zato pač v danem trenutku jasno (in javno) povedo, kar mislijo, ne pa tudi obratno. Zato se nenehno zapletajo v medijske pasti in so pri tem žalostno podobni divjemu petelinu, ki mora, ne glede na okoliščine, odpeti svojo pesem, četudi bo zadnja, kot to lepo opisujeta Fran Saleški Finžgar in Ivan Tavčar:

*Prav v tistem hipu se je pa dvignilo sonce izza obzorja. Bogati žarki so se razlili po lesketajočem perju. Petelin je razprostrl krila, našopiril rep v pahljačo in se z veličastno krettnjo obrnil proti soncu. Glavo je globoko priklonil, dnevu v pozdrav, nato pa je iztegnil vrat in zapel – pesem vzhajajočemu soncu. Dobrava je jeknila... Petelinu je klonila glava na prsi, kjer je začutil pekočo bolečino... Zadnja pesem – soncu, zadnji pogled – na to vroče srce... Moje srce pa je prevzelo čustvo, v katerem je bila grenka kaplja... (Fran Saleški Finžgar: Na petelina)*

*In končno – na subi veji, s katere se odpira pogled v globoki dol, zbudi se gozdne perutnine vladar – divji petelin, prevzet od sladke ljubezni, ki je kakor vsemu svetu vladarica tudi njemu. // Vzlic hladnemu jutru se ogreje lovcu kri v žilah. Po temni lozi stopa, komaj kroti srce in skoro*

*dibati si ne upa, samo da bi zalezal zaljubljeno ptico, ki je od strasti in ljubezni slepa in gluha, in to tudi proti nevarnosti in smrtonosnemu orožju. Ljubezen nam je vsem v pogubo, tako mladeniču, ki se zagleda v cvetoči obraz cvetočemu dekletu, tako ptici na zelenem vrhu, pojoči pesem ljubezni in vabeči grabasto družico na svatbo v prvi pomladi. (Ivan Tavčar: V Zali)*

## Uspešno komuniciranje je stvar razuma, ne čustev

Kdor poje, zlo ne misli, pravijo. Praviloma velja to tudi za tiste, ki »pojejo« s pomočjo mikrofona (medijev). V zdravstvu ni veliko tistih, ki bi javno nastopali zlonamerno. A preveč tistih, ki še vedno nastopajo brez strokovne komunikacijske podpore in posledično brez možnosti poštenega premisleka o tem, kako bo izrečeno odmevalo v javnosti in kako povedati, da bo odmevalo natančno tako, kot si nastopajoči želi.

Vsakdo, ki svoja razmišljanja in stališča izreka v javni prostor, se mora zavedati, da se ga sliši daleč in da ga veliko bolj natančno poslušajo tisti, ki se z njim ne strinjajo. Zato prežijo na vsak napačen korak. In tisti, ki brez strokovnega premisleka vstopa na prve medijske strani, bo ta korak zelo hitro tudi storil.

## Zapeljani v medijske pasti

Pravi izziv je iskati poti in rešitve, kako uokviriti misli tistih posameznikov, ki z vsem srcem, a brez komunikacijskega znanja že vrsto let stopajo pred medijske žaromete. Z nekaj strokovne komunikacijske pomoči in usmeritve je namreč posameznike, ki radi nastopajo, mogoče učinkovito podpreti, da bodo v resnici učinkovito nagovorili prav tiste, ki jih je potrebno nagovoriti, ne da bi morali naslednji dan medijem, šefom, sodelavcem, sosedom in domačim razlagati, da so bili narobe razumljeni. Samo ena majhna težava je. Da potrebujejo strokovno pomoč pri komuniciranju, se nekateri zavedo šele v trenutku, ko »dobrava že jekne«.

## Novice Urednice za učinkovitejše komuniciranje v zdravstvu

Na brezplačne elektronske Novice Urednice, ki prinašajo učinkovite nasvete s področja odnosov z javnostmi in komunikacijskih strategij v zdravstvu, se lahko naročite na spletni strani [www.urednica.si](http://www.urednica.si).

## Urednica.

Damjana Pondelek je direktorica podjetja Urednica, odnosi z javnostmi, d.o.o., specializiranega za odnose z javnostmi v zdravstvu.

### Potrebujete nasvet?

[www.urednica.si](http://www.urednica.si) // [damjana.pondelek@urednica.si](mailto:damjana.pondelek@urednica.si) // 041/773540