

Media, budskap och kommunikation

Återkoppling från utbildningsdagarna den 22 och 28 september 2016 för TH15 och TH16.

Hej på er och tack för väldigt roliga och inspirerande dagar tillsammans!

Ni är alldeles charmerande och vi är så imponerade över hur duktiga ni är i er kommunikation, av ert arbete framför kameran, i era underhållande favoritminuter och i era fantastiska presentationer av innovativa produkter!

Och fortsätt gärna göra det ni gjorde igår – dela erfarenheter med varandra, fortsätt hjälpa och stötta varandra att tänka och agera både generöst och proaktivt i alla medie- och andra kommunikationssammanhang, i synnerhet TH16 som har ett gemensamt år framför sig med många utmaningar.

Under dagen jobbade vi på olika sätt med retorik och budskap och använde oss av tvåtusen år gamla läror och principer. Retoriken är läran om talekonsten, hur vi påverkar med ord och som lära gränsar retoriken till psykologi och pedagogik liksom till massmedia och kommunikation. Det är en praktisk kunskap, med gamla tekniker och modeller som faktiskt fungerar lika bra idag, som de gjorde på Aristoteles och Ciceros tid.

Och det kräver, som med allt annat, träning för att utvecklas:

Som talare har ditt *Etos*, *Logos* och *Patos* betydelse för hur jag som lyssnare uppfattar dig. *Etos* som är den du är, din trovärdighet, som lyssnare vill jag uppfatta dig som en sympatisk person, oavsett ditt budskap. *Logos* är de logiska argumenten, där talar du till mitt förnuft och rationella delar av hjärnan, medan ditt *patos* handlar om de känslor du väcker hos mig som lyssnar.

- Delectare – att behaga din publik
- Movere – att beröra
- Docere – att undervisa

I den avslutande övningen för dagen kom ni att använda klassiska metoder och byggde er berättelse utifrån de fem faserna i retorik:

- Inventio – "inventera" samlar din information. Svara på frågor som vad, varför, hur, vem och när då du gör din inventering och kartlägger allt du kan berätta om ämnet. Nu är vi "uppe i tratten", allt är möjligt, allt kan vara användbart.
- Dispositio – men vad ska du välja och hur lägger du upp det? Fördela informationen, portionera den klokt, tänk på ordningsföljd och innehållet.
- Elocutio – Hur ser sammanhanget ut för din berättelse? Välj ditt språk så att det lämpar sig för det syfte det är ämnat för. Skapa din text, din berättelse utifrån det.
- Memoria – Gör läxan, lär dig din text, din berättelse utantill. Du ska inte behöva manuset för att komma ihåg den röda tråden, de bästa argumenten.
- Actio – leveransen, nu är det dags att tala! Tänk helhet beträffande kroppsspråk till din text.

När planeringen och strukturen för din berättelse är gjord, du vet i eller för vilket sammanhang ska leverera den och du vet vem eller vilka som är din målgrupp – då använder du dig av grundelementen för att leverera din berättelse:

- Exordium – en inledning som griper tag i oss. Fånga välviljan och få din publik att vilja lära sig eller komma ihåg eller gilla det du ska berätta för dem. Minns Bill Clinton... som utmärkt talare då alltså. 😊
- Narratio – Låt mig berätta... Retoriken menar att du ska ha fokus på en berättelse som är sannolik, klar, kort och koncentrerad.
- Propositio – din tes, talets kärna.
- Argumentatio – möt alla motargument med bevis och belägg för att din berättelse är värd att tro på. Ofta en mycket logospräglad del av talet.
- Peroratio – tack för mig. Slutet lika viktigt som början av talet. Att sammanfatta på ett trevligt och minnesvärt sätt är aldrig fel.

Och så var det detta med **praktisk tillämpning av teorin** och det lyckades ni alldeles utmärkt med!

Som publik fick vi ta del av fina demonstrationer av hur ni hade använt de retoriska grundelementen och det var etos, logos och patos i alla leveranser!

Ni involverade publiken omedelbart genom fakta, påståenden och frågor och fångade genast vår uppmärksamhet (exordium). För säkerhets skull (och bra tänkt så sent på eftermiddagen) så kryddade ni öppningen av presentationen med tempo i både röstläge och kroppsspråk, och det gick inte att ta miste på hur glada ni var över att få presentera dessa eminenta produkter för den här publiken. Som publik gillar man att den som talar verkar gilla – eller åtminstone respektera – publiken.

Sen arbetade ni er systematiskt igenom alla nivåer och ni övertygade verkligen oss – det var movere, delectare och docere i momenten som handlade om berättelse (narratio) och era teser (probatio)! Mycket bra jobbat!

Ska vi peka på nåt som ni kan utveckla, så vore det väl närmast i argumentatio. Nu var ju i och för sig förhandsinstruktionen den att det var en välvillig publik som väntade och ni kunde vara helt övertygade om att inte möta något allvarligt motstånd så det fanns egentligen inte anledning att jobba med argumentatio.

Men det är ändå klokt att ha det med sig i tänket och planeringen inför presentationen. Det kanske inte behöver användas alls, men du har beredskap att göra det – om du plötsligt skulle möta motstånd. Den beredskapen – och vetskapen om att du är förberedd – gör din presentation bättre, för du kommer att vara trygg i din berättelse och en trygg talare blir en levande och inspirerande talare. ☺

Vill du lära dig mer om hur man använder retorik och retoriska figurer, så kan du med fördel läsa Göran Häggs böcker om retorik. Han levde som han lärde: Han använde retorikens sätt att berätta när han skrev sina böcker och gjorde det både intressant och underhållande.

Vi pratade också om att din kropp säger mer än tusen ord. När orden säger en sak och kroppen en annan så är det kroppsspråket vi litar mest på. Genom vår mjukgörare SOFTEN övade vi lite på hur olika faktorer kan underlätta – eller försvåra – kommunikationen.

Smile (leendets betydelse, the baby pivot)

Open (närhet och distans, våra buffertzoner för fungerande kommunikation)

Forward (om små gester som inkluderar eller exkluderar, härskarteknik)

Touch (beröringens betydelse, hälsa med handslag)

Eye contact (ögonkontakten är viktig för att kommunikationen ska kännas närvarande)

Nod (nickningar vi använder för att stärk och bekräfta berättaren och berättelsen)

Här kommer så lite minnesanteckningar angående mediedelen av utbildningsdagen:

Största möjliga öppenhet...

Informationen ska kännetecknas av öppenhet och ett aktivt förhållningssätt. Eller generositet och proaktivitet som ni har valt som ledord i mediepolicy för Varbergs kommun.



Massmedierna spelar en viktig roll i den kommunala demokratin. Medierna är

förmedlare av information, opinionsbildare och inte minst kritiska granskare av den kommunala verksamheten. Kontakterna med massmedia ska präglas av största möjliga öppenhet. Det är viktigt att massmedia snabbt kan komma i kontakt med den medarbetare som har ansvar och kompetens i sakfrågan.

Yttrandefriheten ger alla rätt att i tal, skrift, bild eller på annat sätt meddela upplysningar samt uttrycka tankar, åsikter och känslor.

Meddelarfriheten ger kommunens anställda lagstadgad rätt att kontakta massmedia och efterforskningar om vem som lämnat informationen får inte förekomma

Allmänhetens bild av er...

bygger på

- egna erfarenheter av kontakter med er
- medarbetarna berättar
- mediebilden



Planera kommunikationen

Informerade och engagerade medarbetare är de bästa ambassadörerna och tvärtom. Därför är det mycket viktigt att den interna kommunikationen fungerar på ett bra sätt och att kommunikationen planeras, följs upp och utvärderas.

Ställ dig gärna följande frågor för att planera kommunikationen på ett bra sätt:

- Varför?** Syftet – vad vill du uppnå med kommunikationen:
Kunskap – känna till något. Attityd – tycka något. Handling – göra något.
- Vem?** Vilka målgrupper du vill nå och vilka behov de har.
- Vad?** Budskapet – vad du ska säga.
- Hur?** Hur du ska säga det: t ex vem som ska säga det och i vilka kanaler.
- När?** När du ska kommunicera - gör en tidplan.
- Ansvarig?** Vem som ska se till att det blir gjort.

Medielandskapet förändras...

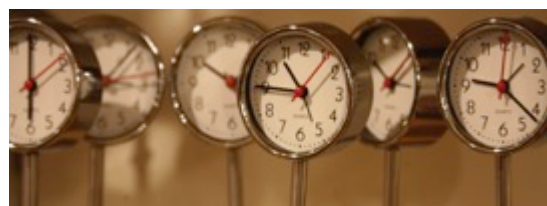
Journalisten är:

Inte vän - inte fiende.

Gör sitt jobb.

Har lagar och etiska spelregler att följa.

Vill berätta "sanningen".



Arbetsförhållandena på redaktionerna har förändrats mycket de senaste åren. Sociala medier har förändrat medielandskapet.

Vad är en nyhet och var de finns...

En nyhet är:

Aktuell, nära, mänsklig, har ett okänt slut, kontroversiell, exklusiv.



Var hittar medierna nyheter?

- dagboken eller "samvetet"
- diarier/allmänna handlingar
- polis med flera
- tips från berörda
- pressmeddelanden, presskonferenser
- hör "på stan"
- sociala medier
- "Hur här?"

När journalisten ringer och inför intervjun...

Är det du som ska svara? Om inte, hjälp journalisten att hitta till rätt person. Antingen själv eller med hjälp av kommunikationsfunktionen inom din organisation.



Ta reda på vinkeln – syftet med intervjun.

Betänketid – be att få ringa upp. Be om reporterns namn och nummer. Hämta andan och förbered. Ha respekt för mediernas tidspress! Håll avtalad tid!

Be att få ta del av dina uttalanden, hur du blir återgiven (före intervjun).

Vad vill du ha fram? Formulera ditt/dina viktigaste budskap. Kortfattat! Använd gärna mindmap eller stödord.

Ta hjälp (antingen med en kollega eller med kommunikationsfunktionen) och öva på vad du ska säga.

När du blir intervjuad...



Var tydlig och använd ett enkelt språk. Undvik fackuttryck och förkortningar.
Tänk på att du talar med tittarna.
Tala sanning! Undvik att spekulera. Off the record finns inte.
"Leverera" dina budskap och upprepa gärna.
Låt dig inte provoceras.
Du blir tilldelad en roll.

I radio och tv

Tystnad är inte farligt.
Kroppsspråket är viktigt.
Se upp för summerande frågor.
Var med och välj platsen för intervjun.
Kom ihåg empatin – myndighetsperson.

Läsvärt på nätet för dig som vill fördjupa dig i ämnet

Riktlinjer för Uppdrag granskning

Uppdrag Granskning redovisar utförligt och intressant hur man arbetar med att ta fram sina reportage.

www.svt.se/ug/omug/article1908005.svt/binary/Uppdrag%20gransknings%20riktlinjer%20och%20manualer2.pdf

Språk

Svarta listan - ord och fraser som kan ersättas i författningsspråk

www.regeringen.se/content/1/c6/01/97/75/9903a7c4.pdf

Myndigheternas skrivregler

www.regeringen.se/sb/d/253/a/131583

Och en talare vi nämnde, Bill Clinton, är väldigt skicklig på att använda retorikens alla byggstenar. Inte minst i minnestalet på Richard Holbrookes begravning

<https://youtu.be/L3RdXnDI9Cw>

Ta väl hand om er och lycka till!

*Lasse och Ylva
www.kommunimera.se*