

# **Odnosi s javnostima i osnove medijske prezentacije**

---

**Trening za učesnice u projektu  
"Naš radio – naš glas"...**

**Tuzla, 25. februar**

# Sadržaj

---

- Odnosi s javnostima
- Saopštenje za javnost
- Prezentacija
- Konferencija za novinare
- Interview
- Planiranje za prepoznatljivost u zajednici
- Stanje civilnog društva u BiH
- Razmatranje i procjena

# Cilj treninga

---

- Osnažiti kapacitete učesnica u oblasti odnosa s javnostima
- Unaprijediti znanja i vještine učesnica u dijelu medijske prezentacija i istupa u javnosti
- Bolje razumijevanje uloge trećeg sektora i jačanje civilnog društva

# Očekivani rezultati

---

- Na kraju treninga, učesnice će bit u mogućnosti da:
  - rukovode izradom planova istupa u javnosti
  - realiziraju istupe u javnosti i doprinesu boljem imidžu u zajednici

# Potrebno imati u vidu...

---

- Sastav grupe i očekivanja
- Participativni način rada
- Pauze
- Pravila rada
- Vrijeme koje je na raspolaganju

# Osnovni elementi dobrih odnosa s javnostima

---

 VESTA

WACC Communication for all!

# Odnosi s javnostima

---

- **Praksa** odnosa s javnostima je umjetnost i znanje kojim se kroz uzajamno razumjevanje, zasnovano na istinitom i potpunom obavještavanju, postiže harmonija sa okolinom.
- **Cilj** uspostavljanje odnosa razumijevanja i povjerenja.

# Strategija odnosa s javnostima

---

- **Strategija** odnosa s javnostima je zasnovana na istini, međusobnom razumjevanju i povjerenju.
- **Reaktivni dio:** kako odgovoriti na probleme, kako se snaći i postupati u kriznim situacijama i promjenljivim okolnostima. Podrazumjeva se i zaštita ugleda/imidža.
- **Proaktivni dio:** sprovođenje planiranih programa akcije koji će poslužiti i interesima organizacije i interesima društva.



# Javnost i javno mnijenje

---

- **Javnost** –građani i udruženja građana koji razmišljaju i razgovaraju o zajednici u kojoj žive te ta razmišljanja formuliraju u kritiku i odbijanje, prijedloge i prihvatanje koje javno izražavaju i zastupaju, te na taj način pokušavaju utjecati na javno mnijenje
  
- **Javno mnijenje** je:
  - Dominantni stav društva
  - Kolektivna želja ljudi
  - Sumiranje javnog mišljenja u odnosu na neko određeno pitanje

# Obavješćavanje javnosti

---

- Savjetodavne poslove zasnovane na razumjevanju ljudskog ponašanja
- Analiziranje budućih trendova i predviđanje njihovih efekata
- Istraživanje javnog mnijenja, stavova i očekivanja
- Utvrđivanje i održavanje dvosmjerne komunikacije zasnovane na istinitom i potpunom obavješćenju
- Sprečavanje sukoba i nesporazuma

# Komunikacija

---

□ **Način komuniciranja:**

**Iznesite** im tekst,

**Kratko** i pročitati će ga,

**Jasno** i uvažiti će ga,

**Slikovito** i zapamtiti će ga, a iznad svega

**Precizno** i voditi će ih njegova svjetlost.

Joseph Pulitzer, pionir američkog novinarstva

# Cilj komunikacije

---

- Cilj
- Ciljna javnost
- Poruka
- Kanal
- Efekti

# Neverbalna i verbalna komunikacija

---

- **Neverbalna komunikacija:** fizička pojava, hod i način hoda, geste, položaj tijela, dodir, facijalna ekspresija, osmjeh, karakteristike glasa, kontakt očima
- **Verbalna komunikacija:** jasan i razumljiv govor, razdvajanje činjenica od mišljenja, fokusiranje na predmet, prilagođavanje ciljnoj javnosti, kontrolisanje neverbalnih znakova, podržite svoju poruku, ponovite poruku, provjerite efekt
- **Tehnike verbalne komunikacije:** ritam, intonacije, pauze, govor (razumljiv, jasan, prilagođen publici)

# Poruka

---

- **Ključnu poruku** treba saopštiti na početku obraćanja
- **Ključnu poruku** treba ponoviti
- **Ključna poruka** treba da bude argumentovana
- **Ključna poruka** treba da bude u korelaciji sa stavovima javnosti kojoj se obraćate

# Oblikovanje poruka/vijesti

---

- ❑ **Blagovremena informaciju:** neka vaša informacija bude aktuelna i relevantna i za širu javnost
- ❑ **Informacija od lokalnog značaja:** ono što saopštavate treba da je zanimljivo publici koja čita novine, sluša radio ili gleda TV; neka vaša vijest ima sasvim jasan lokalni okvir kako bi bila zanimljiva i široj javnosti
- ❑ **Ljudska strana priče:** izdvojite emocionalni aspekt vaše teme ili neku univerzalnu istinu u njoj
- ❑ **Konflikt:** novinari traže priče za naslovne strane, a u njima mora postojati neki sukob, konflikt dvije suprotstavljene strane
- ❑ **Javne ličnosti:** javnost je uvijek fascinirana poznatim ljudima i stvarima; zato nikako ne smijete potcijenivati uticaj javnih ličnosti
- ❑ **Ekskluzivnost:** istaknite ono po čemu se vaša tema razlikuje od običnih
- ❑ **Vjerodostojnost:** vaša informacija mora biti apsolutno pouzdana

# Obratiti pažnju

---

- Događaj za medije mora biti konstruktivan i mora objasniti predstavnicima medija šta su vaši ciljevi i kako vi mislite da ih ostvarite.
- Idealni događaj za medije je kratak, jednostavan, ne odvija se suviše blizu krajnjeg roka za predaju članka/izvještaja i ima snažnu vizuelnu komponentu



# Prijedlozi za uspješan događaj

---

- ❑ Pozive uputite onim novinarima za koje smatrate da će napraviti prilog o vašem događaju.
- ❑ Pošaljite poziv na vrijeme
- ❑ Potrudite se da za predstavnike vizuelnih medija (elektronskih/štampanih) pripremite dobar vizuelni materijal
- ❑ Ukoliko u čitav događaj uspijete ukomponirati u neku atraktivnu akciju, imaćete veće šanse da se o vašem događaju i piše/izvještava
- ❑ Važno je da se o vašem događaju može sačiniti što prostiji i jednostavniji izvještaj
- ❑ Odaberite nekoga ko će biti zadužen da odgovara na pitanja novinara i da im sugerira određen ugao gledanja koje zastupa vaša organizacija
- ❑ Pokušajte čitavu stvar sagledati očima novinara

# Pitanja?

---

□ Vaša iskustva...



---

## ☐ Pauza za kafu



# Saopštenje za javnost

---



---

WACC Communication for all!

# O čemu govorimo u sesiji?

---

- Kada pišemo saopštenje za javnost?
- Ko piše?
- Kome se obraćamo?
- Kako izgleda saopštenje za javnost?
- Na koja pitanja odgovara?
- Kada i kome šaljemo?
- Važne napomene...

# Kada se obraćamo javnosti?

---

- ❑ Nove informacije o projektu
- ❑ Periodične informacije o organizaciji
- ❑ Obilježavanje određenog dana
- ❑ Reakcija na aktuelne događaje
- ❑ Podrška određenim inicjativama i osobama
- ❑ U povodu drugih, organizaciji važnih događaja

# Ko piše saopštenja za javnost?

---

- Osoba koja je:
  - zadužena u organizaciji za pisanje saopštenja
  - analitična i argumentovana
  - pismena i jezički talentirana
  
- Tim koji dijeli uloge i zajednički realizira zadatak

# Kome se obraćamo?

---

- Javnosti
  - Ciljna grupa i korisnici
  - Ostale interesne grupe
  
- S kojim ciljem se obraćamo?
  - Informisanje
  - Poziv na akciju



# Izgled Saopštenja za javnost

---

- Naslov
- Primalac i vrijeme objavljivanja
- Poruka na početku
- Detaljnije informacije u glavnom dijelu
- Zaključak na kraju
- Osoba za dodatne informacije

# Pitanja i odgovori!

---

- ❑ **Ko** šalje saopštenje?
- ❑ **Šta** se događa a javnost treba znati?
- ❑ **Gdje** se događa/dogodilo?
- ❑ **Kada** se događa/dogodilo?
- ❑ **Zašto** je taj događaj važan i zašto se vi oglašavate?

# Kada i kome šaljemo?

---

- Urednicima elektronskih i štampanih medijima
- Reakcije – dan nakon događaja
- Obilježavanja – dva do tri dana prije događaja
- U jutarnjim satima prije redakcijskih sastanaka

# Važne napomene...

---

- Kratko
- Argumentovano
- Pregledno sa marginama i proredima
- Jedna stranica teksta
- Memorandum organizacije
- Datum objavljivanja

# Pitanja?

---

□ Vaša iskustva...



# Konferencija za novinare

---



---

WACC Communication for all!

# Sadržaj

---

- Priprema Konferencije za novinare
- Realizacija
- Procjena

# Priprema: Odabir

---

- ❑ Povod je nešto **novo**
- ❑ Odabir osoba/voditelja i govornika
- ❑ Odabir administratora Konferencije
- ❑ Odabir teme Konferencije za novinare
- ❑ Odabir mjesta, datuma i vremena



# Priprema: Uloge

---

- **Administrator:** logistička priprema, priprema poziva, saopštenja i drugih pisanih materijala, distribucija poziva, kontakti sa medijima, procjena
- **Voditelj:** moderator Konferencije
- **Govornici:** vremenom ograničeni uvodničari (do 10' max)

# Priprema: Poziv

---

- ❑ Naglašava povod, temu, datum, vrijeme i mjesto na početku
- ❑ Sadrži uvodne informacije o temi (u sredini)
- ❑ Upućuju na osobe za dodatne informacije (na kraju)
- ❑ Prosljeđuje se poželjno najmanje dva dana prije održavanja

# Realizacija: Dolazak

---

- Doći ranije i provjeriti uslove za održavanje konferencije
- Osigurati doček novinarima
- Postaviti na vidljivo mjesto pisane materijale
- Osigurati listu za potpise novinara
- Provjeriti opremu (ako postoji)
- Najaviti kašnjenje (ukoliko se dešava)

# Realizacija: Voditelj

---

- uvodi u temu,
- predstavlja i najavljuje uvodničare,
- naglašava trajanje i raspoloživo vrijeme za pitanja,
- osigurava tok konferencije u planiranom vremenu,
- kontroliše izlaganja uvodničara,
- poziva na pitanja,
- zaključuje konferenciju i pozdravlja učesnike

# Realizacija: Uvodničari

---

- ❑ Izlažu o temi (max 10')
- ❑ Odgovaraju na pitanja
- ❑ U slučaju pitanja koje nije direktno postavljeno, čekaju na poziv voditelja
- ❑ Ostavljaju prostor novinarima za razgovor nakon konferencije

# Realizacija: Ponašanje

---

- Položaj ruku – ispred sebe
- Siguran i čvrst stav
- Gledati u novinare
- Glas prilagoditi prostoriji i učesnicima
- Voditi računa o vremenu
- Reagovati podjednako na provokacije i pohvale
- Izbjegavati pokretne stolice, olovke u ruci i sl.

# Procjena: Administrator

---

- Vršiti procjenu rada voditelja i govornika
- Osigurava snimanje novinarskih izvještaja
- Ukazuje na prostore za poboljšanja
- Prati reakcije novinara (u toku i nakon Konferencije)
- Ukazuje na novinare koji su mogući oslonac za promocije u budućnosti

# Pitanja?

---

- Vaša iskustva





# Interview

---



---

WACC Communication for all!

# Sadržaj

---

- Analiza
- Priprema
- Realizacija
  - Elektronski mediji
  - Štampani mediji
- Procjena

# Analiza

---

- Zašto sam pozvan/a?
- Ko su gledaoci/slušaoци/čitaoci?
- Koliko dugo će trajati?
- Da li sam jedini gost/gošća?
- Koja rubrika/vrsta programa je u pitanju?
- Kada će se program emitovati?
- Ko vam je domaćin u studiju?
- Da li će biti studijski gledaoci?
- O čemu ćemo razgovarati?

# Priprema

---

- ❑ Argumenti i činjenice
- ❑ Tri najvažnije stvari koje želite naglasiti (ostrva spasa)
- ❑ Slikovitost neophodnih statističkih podataka
- ❑ Vizuelnost

# Realicija – TV interview

---

- ❑ Jednostavna odjeća (izbjegavati svjetlo-tamne kombinacije i čisto bijelu)
- ❑ Obratiti pažnju na "govor tijela"
- ❑ Gledati u voditelja
- ❑ Ruke postaviti ispred sebe
- ❑ Dozvoljena blaga gestikulacija

# Realizacija –voditelj

---

- Ako odmiče od teme vi se vratite na ono što želite reći:
  - Dopustite mi da dodam...
  - Često me pitaju...
  - To nije moje područje, ali znam...
  - Čini mi se da je najvažnije pitanje...

# Realizacija-voditelj

---

- Ako postavi pitanje na koje ne znate odgovor:
  - Kao što znate, to je osjetljiva tema i bilo bi pogrešno da ja o tome pričam sada...
  - To je zaista interesantno pitanje. Lično mislim da se toj temi treba posvetiti dodatna pažnja, ali bih naglasila...

# Realizacija-voditelj

---

- Ako postavlja neumjesna pitanja i stalno vas prekida:
  - Budite staloženi
  - Iznesite bar jednu od tri pripremljene pozitivne činjenice
  - Ispravite pogrešne navode
  - Možete početi kao “Drago mi je da ste to pitali jer javnost možda pogrešno shvata taj problem. Prava je istina da...(vratite se na “ostrva spasa”)



# Radio interview

---

- ❑ Glas kao jedini oblik indentifikacije (melodičan, dinamičan)
- ❑ Obratiti pažnju na mikrofon (koketirajte s mikrofonom)
- ❑ Tražiti podršku tehničara
- ❑ Izbjegavajte olovke u ruci i lupkanje po stolu
- ❑ Ne čitati sa papira

# Interview za štampani medij

---

- ❑ Provjerite da li novinar snima razgovor
- ❑ Budite svjesni da neformalni dio razgovora je formalan za novinara
- ❑ Ako je moguće, tražite na uvid tekst prije objavljivanja
- ❑ Nastojte uvijek dobiti primjerak objavljenog teksta

# Procjena

---

- ❑ Sagledajte dobre strane vaših nastupa u javnosti
- ❑ Pitajte druge za mišljenje o vašem nastupu
- ❑ Objektivno procjenite prostore za poboljšanja
- ❑ Neposredno nakon nastupa pribilježite zaključke procjene
- ❑ Ne zaboravite – procjena je u vašem interesu

# Pitanja?

---

□ Vaša iskustva...



# Prisjetite se...

---

- Koji vam je interview ostao u sjećanju i zašto?



---

## ☐ Pauza za kafu



# Hvala za učešće u treningu!

---

Udruženje Vesta

Ul. Đorđa Mihajlovića 4

Tuzla 75000

Tel. 035 36 36 91

Fax. 035 27 74 55

[vesta@bih.net.ba](mailto:vesta@bih.net.ba)

[www.vesta.ba](http://www.vesta.ba)

