



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Tehnike obraćanja javnostima

Sarajevo, 11.-12.9.2019.



Principi komunikacije sa medijima

- U odnosima sa medijima potrebno je poštovati sljedeće principe:
 - legalnost i proporcionalnost;
 - nezavisnost i nepristrasnost;
 - brzina odgovora i poštovanje procedure;
 - dostupnost, publicitet i transparentnost;
 - kontinuitet i mogućnost predviđanja;
 - tačnost i pravna preciznost u porukama na razumljivom jeziku;
 - etika, jednakost i nepristrasnost prema svim predstavnicima medija;
 - poštovanje profesionalizma predstavnika medija.



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Kako komunicirati?

- ***Medijske smjernice (Politika kontakata sa medijima)***
- ***Konferencije za medije***
- ***Brifing novinara***
- ***Individualni intervjui sa novinarima***



Šta se mora u radu sa novinarima

- Govorite istinu – UVIJEK.
- Budite iskreni i tačni. O tome ovise vaša vjerodostojnost i ugled.
- Ako ne znate odgovor na pitanje, priznajte svoje neznanje.
- Uočene pogreške ispravite odmah. Recite kako niste dali odgovarajući odgovor i sada biste htjeli razjasniti nesporazum.
- Izbjegavajte upotrebu žargona. Govorite jednostavnim jezikom.
- Pretpostavite da će se sve što kažete smatrati službenom izjavom.
- Budite otvoreni s novinarima koliko je to moguće.
- Kada uočite pogrešku u nekom medijskom izvješću, obavezno nazovite novinara. Pristojno ukažite na pogrešku i potkrijepite to argumentima.
- Uvijek uzvratite telefonski poziv. Učinite to na vrijeme, kako bi novinar mogao obaviti svoju zadaću u zadanome roku.
- Potrudite se pribaviti informacije koje novinari traže, čak i kada to znači dodatan napor, odnosno ostajanje dokasna u uredu ili ličnu primopredaju željenih materijala.
- Njeguajte svoj smisao za humor



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji

EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Šta se ne smije

- Nemojte lagati – NIKADA.
- Nemojte reći „bez komentara” – NIKADA.
- Nemojte improvizirati, nemojte špekulirati i nemojte nagađati. Dobri novinari podatke provjeravaju. Ako ste u krivu, vaša će vjerodostojnost biti uništena.
- Nemojte pokušavati proglasiti neku svoju izjavu neslužbenom, nakon što ste je već izgovorili.
- Nemojte biti nepristupačni.
- Nemojte tražiti publicitet prije no što dođete u posjed informacija koje ga zaslužuju.
- Nemojte objaviti vijest, a tek naknadno pripremati saopštenja za javnost i preglede podataka. Ako materijale pripremite prije početka konferencije za medije, vrijeme nakon najave možete utrošiti na njihovo tumačenje novinarima.



Priprema informacija za javnost

- PR ima tri publike
 - Oni koji prate medije – publika
 - Urednici
 - Organizacija

Koja je publika od ove tri najvažnija?

Urednici



Pisanje za medije

- Novosti
- Priče
- Nastupi
- Događaji
- Najava za medije
- Saopštenje za javnost
- Osnovne informacije
- Info materijali
- Materijali za medije
- Web stranica



Postavljanje okvira za pričanje priče

- Činjenice:
 - 7% ukupnog uticaja poruke jeste verbalan (samo riječi)
 - 38% vokalan (ton glasa, promjena tona i ostali zvuci)
 - 55% neverbalan
 - U prosjeku dobro saopštenje za javnost može imati između 300 i 500 riječi. Jedna stranica. 5 sekundi novinara ili urednika.
 - 28 riječi 1 minuta



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Imamo ko i šta

Ko + šta = rečenica

Osnova vaše priče

Pet W novinarstva: ko, šta, gdje, kad, zašto/kako – elementi vaše priče



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Iz ugla vijesti

- Urednici vode posao
- Vaša priča mora biti **vijest**
- Šta urednici traže:
 - Vrijeme – SAD
 - Blizina – OVDJE
 - Konflikt
 - Ljudski interes
 - VIP
 - Utjecaj



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Poruka

- Najvažniji element pisanja
 - Šta je naslov
 - Koji je sound bite

Potrebno da imate izjavu od dvije rečenice koja sadrži: 5 W i ugao posmatranja urednika.

Sa ovim imate napisan prvi paragraf.



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji

EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Prvi paragraf/uvod

- Treba da sadrži:
 - Osnovnu priču (ko i šta)
 - Ugao vijesti (pa šta)
 - Poruku
 - Razlog da nastavite čitati

- Urednici uglavnom čitaju samo prvi paragraf



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji

EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



KAKO!?

- Planirajte
- Priče i anegdote
- Analogije
- Kraj izjave



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Intervju

- Opustite se – dišite duboko
- Zapamtite – novinar nije vaša publika
- Razmišljanje – pozitivno
- Imate poruke ispred sebe
- Isključite telefone



Taktike

- Uvijek ste „on the record”
- Pažnja vam mora biti fokusirana na intervju
- Slušajte pitanja
- Budite pozitivni
- Prvo recite ono najvažnije
- Isti odgovor na isto pitanje
- Istina... Čak i ako je bolna
- Koncizni odgovori
- Pojednostavite statistike
- Zahvalite se novinaru



Kontrola

- Vi kontrolišete ono što **VI** govorite
- Izbjegavajte poziciju u kojoj se morate braniti ili čak dovesti u konflikt sa novinarima
- Koristite tehnike premoštavanja – izjave pomoću kojih ćete preći sa jedne teme na drugu



Tehnike premoštavanja

- Dopustite da ponovim nešto što sam ranije rekao o....
- Kao što sam rekao...
- Još jedan primjer...
- Zbog toga je važno da ... (i onda ponovite akciju/poruku koju ste htjeli da publika čuje)
- Mislim da možemo otići korak dalje. Na primjer...



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Naglašavanje poruke

- Pitanje koje trebate postaviti je...
- Stvarno pitanje ovde je...
- Ključna stvar koju trebamo zapamtiti (imati na umu)...



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji
EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Naglašavanje – varijacija

- Mislim da postoje dvije mogućnosti:...
- Nekoliko stvari je potrebno razmotriti:...
- Želim reći tri stvari:...



PRAVILA

- Uvijek „on the record“
- Novinari nisu jedina i sva publika
- Odmah ispravite netačnu informaciju
- Izbjegavate greške koliko je to moguće i izvinite se
- Izbjegavajte odgovore na brzinu
- Sasvim je u redu reći „ne znam“
- Ne uvodite i ne ponavljajte negativnosti



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji

EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Još pravila...

- Loše vijesti recite odmah...
- Pokušajte izbjegavati sljedeće riječi u svojim izjavama:
 - Vjerovatno (npr. Vjerovatno se desilo zato što...)
 - Obično (npr. To se obično ne dešava...)
 - Normalno (npr. Normalno je da pošaljemo nekoliko poziva...)
 - Uopšteno (npr. Uopšteno naša politika je...)



IPAK - Institucionalna podrška antikorupciji

EU pomaže BiH u borbi protiv korupcije



Hvala na pažnji.